

# JULKAISUPROSESSI YHDISTYSTOIMINNASSA

Painetun ja sähköisen jäsenjulkaisun kehittäminen

Saara Dufva

Opinnäytetyö  
Marraskuu 2011

Tietojenkäsittely  
Luonnontieteiden ala



JYVÄSKYLÄN AMMATTIKORKEAKOULU  
JAMK UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES



Tekijä(t) DUFVA, Saara	Julkaisun laji Opinnäytetyö	Päivämäärä 01.11.2011
	Sivumäärä 44	Julkaisun kieli Suomi
	Luottamuksellisuus ( ) saakka	Verkojulkaisulupa myönnetty ( X )
Työn nimi JULKAISUPROSESSI YHDISTYSTOIMINNASSA Painetun ja sähköisen jäsenjulkaisun kehittäminen		
Koulutusohjelma Tietojenkäsittelyn koulutusohjelma		
Työn ohjaaja(t) VATANEN, Riitta		
Toimeksiantaja(t) -		
<p>Tiivistelmä</p> <p>Opinnäytetyössä mallinnetaan jäsenjulkaisun suunnittelu sekä toteutus perinteiseksi painetuksi jäsenlehdiksi. Lisäksi työssä tutkitaan perinteisen paperijulkaisun jatkokehitysmahdollisuudet. Työ toimii myös ohjenuorana julkaisun toteutusprosessissa ja käy läpi tarvittavat vaiheet uuden julkaisun toteuttamiselle.</p> <p>Tutkimuksen kohteena on Subaru Club Finland ry, jolle työn ohessa kehitettiin painettu jäsenjulkaisu joka ilmestyi vuosina 2005–2007. Jäsenjulkaisun vastaanottoa tutkittiin toteuttaen yhdistyksen jäsenistölle jäsenkysely ensimmäisen ilmestyneen julkaisun mukana. Jäsenkyselyn tulokset tulkittiin työn tueksi. Kyselyllä mitattiin miten hyvin julkaisu vastaanotettiin jäsenistön keskuudessa ja kuinka hyvin se vastasi jäsenistön odotuksiin sekä tarpeisiin.</p> <p>Työssä kuvataan millainen oli kyseisen jäsenjulkaisun elinkaari sekä miten tiedottaminen on tapahtunut julkaisun elinkaaren päätyttyä. Lisäksi tarkastellaan miten perinteiselle julkaisulle suunnitellut jatkokehitysmahdollisuudet ovat toteutuneet.</p>		
Avainsanat (asiasanat) julkaisu, jäsenjulkaisu, julkaisuprosessi, yhdistystoiminta, taittomenetelmät, DTP-publishing, sähköinen julkaisu		
Muut tiedot		



Author(s) DUFVA, Saara	Type of publication Bachelor's Thesis	Date 01112011
	Pages 44	Language Finnish
	Confidential ( ) Until	Permission for web publication ( X )
Title PUBLISHING PROCESS FOR ASSOCIATIONS Development of the printed and electronic membership publication		
Degree Programme Business Information Systems		
Tutor(s) VATANEN, Riitta		
Assigned by -		
<p>Abstract</p> <p>This thesis presents the design and production processes of a membership newsletter for associations created as a traditional printed publication. In addition this thesis studies additional development possibilities for a traditional publication. The study also serves as a guideline for the production process of publications and presents the necessary stages needed for the creation of a new publication.</p> <p>The target of the study is Subaru Club Finland, for whom alongside this thesis a printed membership publication was developed that was published in the years 2005–2007. The publication was investigated by implementing a survey in the first published issue. The results of the survey were analyzed to support the thesis. The survey measured how the publication was received by the members and how well it responded to their expectations and needs.</p> <p>The thesis presents the life span of this membership newsletter and how the members have been informed about news and current issues since the life span of the publication ended. In addition, this thesis also studies how future development possibilities have been realised.</p>		
Keywords publication, membership newsletter, publishing process, voluntary associations, DTP-publishing, electronic publishing		
Miscellaneous		

# SISÄLTÖ

<b>1 JÄSENJULKAISUN LÄHTÖKOHTA .....</b>	<b>4</b>
<b>2 TUTKIMUSASETELMA .....</b>	<b>5</b>
2.1 Tutkimusmenetelmät.....	5
2.2 Tutkimusongelma ja tutkimuksen tavoitteet.....	6
<b>3 JÄSENJULKAISUN MÄÄRITTELY .....</b>	<b>7</b>
3.1 Jäsenjulkaisun tarve .....	8
3.2 Kohderyhmä.....	9
3.3 Julkaisun sisältö.....	9
3.4 Julkaisun tekninen määrittely .....	9
3.5 Julkaisun levikki.....	10
<b>4 JULKAISUN MALLINNUS .....</b>	<b>11</b>
4.1 Desktop Publishing.....	11
4.2 Ulkoasun suunnittelu ja materiaalin kerääminen .....	12
4.2.1 Ulkoasun suunnitteluvaiheet .....	13
4.2.2 Materiaalin kokoaminen.....	14
4.3 Julkaisun taittomenetelmät .....	15
4.3.1 Tekstin määrittely .....	15
4.3.2 Layout .....	17
4.4 Kuvamateriaalin käsittely.....	20
4.4.1 Kuvan koko ja resoluutio.....	20
4.4.2 Kuvan värimäärittelyt .....	22
4.5 Valmiin julkaisun konvertointi .....	22
4.6 Painovaatimusten mukainen PDF-tiedosto.....	24
<b>5 JÄSENKYSelyn Tulokset .....</b>	<b>25</b>
<b>6 MUUNTAMINEN SÄHKÖISEKSI JULKAISUKSI .....</b>	<b>29</b>
6.1 Sähköisen julkaisun määrittely .....	31
6.2 Sähköisen julkaisun tekniset vaatimukset.....	31
6.3 Painomateriaalin muuntaminen sähköiseen jakeluun.....	33

	2
6.4 Sähköisen julkaisun jatkokehitysmahdollisuudet .....	34
6.4.1 Keskustelufoorumi .....	34
6.4.2 Artikkeleiden lisämateriaalit .....	35
6.4.3 Sähköisestä jäsenlehdestä verkkojulkaisuksi .....	36
6.5 Verkkojulkaisun tuottaminen.....	36
<b>7 JULKAISUN ELINKAARI.....</b>	<b>38</b>
7.1 Jäsentiedottaminen julkaisun elinkaaren päätyttyä .....	38
7.1.1 Tiedotuskanavat.....	38
7.1.2 Jäsentiedottamisen tulevaisuuden suunnitelmat .....	39
7.2 Toteutuneet jatkokehitysmahdollisuudet.....	39
<b>8 TUTKIMUSTULOKSET ja JOHTOPÄÄTÖKSET .....</b>	<b>40</b>
8.1 Jäsenistön tiedottaminen.....	41
8.2 Jäsenjulkaisun tarpeellisuus.....	42
8.3 Sähköisen julkaisun mahdollisuudet .....	42
<b>9 POHDINTA.....</b>	<b>43</b>
<b>LÄHTEET.....</b>	<b>45</b>
<b>LIITTEET .....</b>	<b>46</b>
Liite 1. Jäsenkysely .....	46
 <b>KUVIOT</b>	
KUVIO 1. Jäsenjulkaisun mallitaitto yhdeltä aukeamalta.....	14
KUVIO 2. Ensimmäisen jäsenjulkaisun etusivun otsikointi.....	16
KUVIO 3. Julkaisun palstoitus ja artikkelin yleisilme .....	18
KUVIO 4. Yläpalkkien sovitus julkaisun sivuille .....	19
KUVIO 5. Kuvamateriaalin fyysisen koon määrittelyt .....	21
KUVIO 6. Adobe Acrobat Distiller -ohjelman julkaisun määrittelyt .....	24
KUVIO 7. Yhdistyksen Internet-sivujen ja keskustelufoorumin käyttöaktiivisuus.....	26
KUVIO 8. Kuvaus verkossa olevan materiaalin käytöstä jatkossa .....	27
KUVIO 9. Jäsenjulkaisun tarpeellisuus .....	27

	3
KUVIO 10. Jäsenedut ja niiden hyödyntäminen.....	28
KUVIO 11. Kuinka jäsenjulkaisu vastasi vastaajien odotuksia .....	28
KUVIO 12. Lukijoiden mielipiteiden jakautuminen lehden ulkoasusta .....	29
KUVIO 13. Tiedostojen latausaika suhteessa tiedostokokoon.....	33

# 1 JÄSENJULKAISUN LÄHTÖKOHTA

Työn kohteena on Subaru Club Finland ry:n jäsenjulkaisun suunnittelu ja toteutus sekä perinteisen jäsenjulkaisun jatkokehitys julkaisun sähköiseen muotoon. Aihe nousi henkilökohtaisesta kiinnostuksesta graafiseen suunnitteluun ja julkaisun tuottamiseen. Tiedustelun kautta lähipiirin harrastusten parista löytyi yhdistys, jolla ei ollut ennestään valmista mallia jäsenistön tiedottamiselle ja tästä avautui mahdollisuus jäsenjulkaisun tuottamiselle.

Subaru Club Finland ry. on maanlaajuinen Subaru-automerkkiä harrastava yhdistys. Yhdistys on perustettu vuonna 2002 ja sen toiminta sijoittuu pääasiallisesti Internetiin. Jäseniä yhdistyksellä oli noin 400 vuonna 2005 ja jäsenmäärä on kasvanut noin 700 jäseneen vuonna 2011. Yhdistys järjestää vuosittain useampia jäsentapahtumia, kuten esimerkiksi ajoratapäiviä joista ilmoitetaan yhdistyksen www-sivuilla ja tapahtumiin osallistumisoikeus on yhdistyksen jäsenillä. Lisäksi yhdistyksellä on useita yrityksiä yhteistyökumppaneinaan, jotka tarjoavat jäsenalennuksia ja muita jäsenetuja yhdistyksen jäsenille tuotteistaan ja palveluistaan. Yhdistyksellä ei ole aiemmin ollut käytössä mitään jäsenille postitettavaa jäsentiedotetta tai -kirjettä, joten kaikki tiedonsaanti eduista ja tapahtumista on vaatinut jäsenistöltä omaa aktiivisuutta ja yhdistyksen verkkosivujen ahkeraa käyttöä. Tämä työ kuvaa kuinka yhdistykselle kehitettiin jäsenjulkaisu, jota julkaistiin vuosina 2005–2007 ja kuinka tiedottaminen on tapahtunut jäsenjulkaisun elinkaaren jälkeen.

Työssä esitetään yhdistyksen painetun jäsenjulkaisun tarve, mallinnetaan sen toteutus sekä selvitetään, kuinka hyvin julkaisulle asetetut tavoitteet saavutettiin. Tässä työssä asetetaan määrittelyt julkaisun kehittämiseksi sekä läpikäydään julkaisun luomisprosessi. Työssä pyritään esittämään kyseisen julkaisun kehittämisen tarpeet ja lähtökohdat vastapainoksi Internetin välityksellä tapahtuvalle tiedotukselle ottaen huomioon sekä kohderyhmä, että demografinen ajattelu. Lisäksi työssä käsitellään julkaisun jatkokehitystä eli sitä, kuinka painettu julkaisu muunnetaan sähköiseen

muotoon jotta voidaan mahdollistaa sen jakelu sähköisessä muodossa ja sitä, kuinka siitä toteutettavaa sähköistä versiota voitaisiin jatkokehittää.

## **2 TUTKIMUSASETELMA**

Ensisijaisesti työssä tutkitaan jäsenjulkaisun kehitysprosessia ja sen elinkaarta selvittämällä julkaisun tarve, mallintamalla sen toteutus sekä paperisena julkaisuna että sähköiseksi julkaisuksi muunnettuna. Tämän jäsenjulkaisun kehittämisen tarve on lähtenyt ensisijaisesti yhdistyksen jäsenistöltä, ja sitä selvitetään tarkemmin jäsenkyselyn avulla. Lisäksi työssä selvitetään julkaisun jatkokehitysmahdollisuudet ja kuvataan julkaisuprosessin myöhempiä vaiheita.

### **2.1 Tutkimusmenetelmät**

Jäsenjulkaisu ilmestyi ensimmäisen kerran kesäkuun 2005 aikana. Seuraava jäsenjulkaisu ilmestyi loppuvuodesta, syksyllä 2005. Ensimmäiseen numeroon liitettiin erillinen, postitse palautettava jäsenkysely jonka avulla selvitettiin julkaisun vastaanotto jäsenten keskuudessa. Kyselyyn toteutettiin myös vastausmahdollisuus Internetissä vastausprosentin kasvattamiseksi sekä tiedonkeruun helpottamiseksi. Kyselyssä saatujen tulosten avulla voidaan asettaa vastakkain sähköisen ja painetun median arvo tiedotuskanavana.

Kysely toimii laadullisena tutkimuksena, josta saadun tiedon perusteella voidaan analysoida kuinka hyvin jäsenjulkaisun kehittämisessä on onnistuttu. ”Suuri osa viestintätieteellistä tutkimusta on laadullista eli kvalitatiivista tutkimusta, jossa aineistot ovat usein pieniä määrällisiin tutkimuksiin verrattuna.” (Karvonen & Kivimäki 2004). Kohderyhmän mielipiteiden kerääminen jäsenkyselyn muodossa antaa kaikille julkaisun lukijoille mahdollisuuden ilmaista kantansa uudesta julkaisusta. Tutkimustapa on kuvaileva kyselytutkimus, joka soveltuu tämän tyyppiseen työhön.



Kyselyn avulla selvitetään, oliko jäsenistö kokenut tarvetta puuttuvalle jäsenjulkaisulle sekä kuinka hyvin kehitetty painettu jäsenjulkaisu vastasi jäsenistön tarpeeseen. Tavoitteena on kehittää julkaisu, jonka jäsenistö kokisi tarpeelliseksi tiedotuskanavaksi jäsentapahtumille sekä jäseneduille, ja näin ollen kyselyn tulokset ovat tärkeitä julkaisun tulevaisuutta silmällä pitäen. Jäsenkyselyllä mitataan, julkaisun sisältöä ja sisällön mielenkiintoa. Kyselyn tuloksilla saadaan työn tutkimukselle mittari, jonka mukaan voidaan päätellä kuinka hyvin julkaisu on vastannut tarpeeseen sekä millaisia kehitysehdotuksia jäsenistöllä olisi julkaisulle.

Jäsenistön tiedottamisen parantumista sekä jäsenistön tavoitettavuutta voidaan tutkia yhdistyksen Internetissä sijaitsevan materiaalin käytön lisääntymisellä. Jäsenjulkaisu pyrittiin linkittämään läheisesti jo ennestään Internetissä sijaitsevaan materiaaliin sekä tuottamaan lisää julkaisun aiheita laajentavaa materiaalia verkkoon. Tutkimuksen tueksi voidaan tarkastella Internet-sivujen käyttöaktiivisuutta jäsenjulkaisun elinkaaren aikana. Sähköisen julkaisun mahdollisuuksia tutkitaan peilaamalla jäsenjulkaisua muihin olemassa oleviin verkkojulkaisuihin.

## 2.2 Tutkimusongelma ja tutkimuksen tavoitteet

Työn tavoitteena on luoda selkeä malli jäsenjulkaisun tuottamiselle ja kuvata työmenetelmät eri vaiheineen tietoteknisestä näkökulmasta. Työssä tarkastellaan myös julkaisun jatkokehitysmahdollisuuksia; sitä, kuinka valmis paperiversioksi tuotettu julkaisu muunnetaan sähköiseen muotoon ja jakeluun verkko-ympäristöön. Lisäksi selvitetään miten sähköisen julkaisun yhteyteen voitaisiin jatkokehittää palveluja, kuten esimerkiksi audiovisuaalista sekä interaktiivista materiaalia, jota pelkästään painetussa julkaisussa ei pystytä hyödyntämään.

Keskeisiä tutkimusongelmia työssä ovat:

1. Mitä lisäarvoja painetun median avulla yhdistys saa jäsenistön tiedottamiselle?
2. Miten julkaisu vastaa kohderyhmän odotuksia ja mitkä ovat sen suurimmat kehitystarpeet?

3. Miten painettu julkaisu muuntuu sähköiseksi versioksi ja miten sitä voi jatkokehittää?

Tutkimustulosten odotetaan tukevan julkaisulle määriteltyä tarvetta ja todistavan, että jäsenet ovat kokeneet julkaisun odotettuna lisäyksenä jäsenetuihinsa. Tulosten odotetaan myös todistavan, että kaikki jäsenet eivät aikaisemmin ole olleet tietoisia kaikista jäseneduistaan ja järjestettävistä jäsentapahtumista ja kokevat julkaisun ilmestymisen myötä olevansa paremmin informoituja yhdistyksestä ja sen toiminnasta.

### 3 JÄSENJULKAISUN MÄÄRITTELY

”Termi *julkaisu* on perinteisesti tarkoittanut lähinnä julkaistavia painotuotteita, esimerkiksi kirjoja ja julisteita, mutta nykyisin termi kattaa myös verkkojulkaisut ja muut sähköiset julkaisut.” (Keränen, Lamberg & Penttinen 2003, 2).

Yhdistyksen jäsenlehden ensisijainen tavoite oli saada jäsenistö paremmin informoitua yhdistyksen toiminnasta ja sen tuomista eduista. Lisäksi julkaisussa tulisi olemaan tapahtumakertomuksia, korjausohjeita ja monipuolisesti muuta luettavaa. Jäsenjulkaisun tulisi tarjota jokaiselle jotakin.

Jäsenjulkaisu tulisi aluksi olemaan pieni jäsenlehti jonka levikki kattaisi Subaru Club Finland ry:n jäsenistön sekä sen yhteistyöyritykset. Tulevaisuuden suunnitelmina julkaisulle olivat sen levikin laajentaminen maanlaajuiseksi korvaamaan maahan-tuojan vastaavan asiakaslehden. Tällöin julkaisun levikki kasvaisi huomattavasti ja julkaisun mainostulot olisivat huomattavasti suuremmat muodostaen yhdistykselle myös merkittävän lisätulonlähteen.

### 3.1 Jäsenjulkaisun tarve

Subaru Club Finland ry:n toiminta oli sijoittunut pääasiallisesti Internetiin, yhdistyksen www-sivujen yhteyteen (Subaru Club Finland 2002.). Internetin välityksellä kuitenkin kaikkien jäsenten tavoittaminen oli osoittautunut lähes mahdottomaksi. Esimerkiksi yhdistyksen keskustelupalstan aktiivisten jäsenten määrä oli vähäisempi kuin jäsenmaksun maksaneiden jäsenten, mistä voidaan päätellä etteivät kaikki yhdistyksen jäsenistä lainkaan vierailleet kyseisillä Internet-sivuilla. Näin ollen yhdistyksellä oli tarve toisenmuotoiselle jäsentiedottamiselle.

Elisa Ikävalko listaa teoksessaan Painotuotteen tekijän käsikirja uuden viestintä-tuotoksen luomisen tärkeimmät vaiheet seuraavasti:

1. *Mille kohderyhmille tai mihin tilanteeseen julkaisu tai muu tuote on tarkoitettu*
2. *Miten tärkeästä kohderyhmästä tai tapauksesta (tapahtuma tmv.) on kyse*
3. *Miten hyvin nykyiset välineet palvelevat tätä tarkoitusta, mitä puutteita tai heikkouksia niillä on*
4. *Onko nykyisiä välineitä (julkaisuja) mahdollisuus täydentää tai muuttaa kyseiseen tarpeeseen, esimerkiksi lisäliitteellä, teemanumerolla tai jollain muulla tavoin*
5. *Mitä muita hankkeita yhteisössä on työn alla ja miten ne kytkeytyvät puheena olevaan asiaan*
6. *Istuuko suunnitteilla oleva hanke yhteisön viestintästrategiaan tai –politiikkaan*

(Ikävalko 1995, 23.)

Jäsentiedottamisen parantamiseksi tarpeeseen vastaisi painettava jäsenjulkaisu, jonka tarkoituksena olisi tavoittaa kaikki yhdistyksen jäsenet. Jäsenjulkaisu muodostaisi yhdistyksen jäsenille konkreettisemmän hyödyn jäsenyydestä ja sen avulla saataisiin paremmin tiedotettua jäseneduista ja -tapahtumista jatkossa, Internetissä tapahtuvan tiedotuksen lisäksi. Painetun jäsenjulkaisun ei kuitenkaan ollut tarkoitus syrjäyttää verkossa tapahtuvaa tiedotusta vaan täydentää sitä sekä muuttaa sen luonnetta. Yhdistyksen jäsenistö ei joutuisi enää jatkossa oma-aloitteisesti etsimään tietoa, vaan tieto toimitettaisiin julkaisun muodossa tarjolle jokaiselle jäsenelle.

## 3.2 Kohderyhmä

Subaru Club Finland ry:n jäsenjulkaisun kohderyhmän muodostavat ensisijaisesti yhdistyksen jäsenet joita yhdistävä tekijä on kiinnostus samaan automerkkiin. Vastaavia jäsenjulkaisuja löytyy Suomesta muilta automerkkejä harrastavilta yhdistyksiltä, kuten muun muassa Opel Club Finlandilta sekä Suomen Volkkariyhdistys ry:ltä.

Jäsenjulkaisun tulee olla laaja-alainen, sillä yhdistyksen jäsenistön ikähaarukka on noin 18–60 vuotta. Enemmistö jäsenistä on miehiä, mutta julkaisun tulisi tarjota mielenkiintoista sisältöä myös yhdistyksen naispuolisille jäsenille.

## 3.3 Julkaisun sisältö

Julkaisun sisällön tulisi olla riittävän monipuolista, sillä sen kohderyhmä koostuu ihmisistä joista osalle kyseinen automerkki on harrastus, osalle työväline ja osalle arkinen perheauto. Ennen kaikkea julkaisun tulisi tuoda tietoa jäseneduista, kuten jäsenalennusta myöntävistä liikkeistä, sillä monet jäsenet eivät ole eduistaan tietoisia. Näin ollen julkaisussa tarjotaan tilaa mainostajille ja yhteistyöyrityksille sekä jäsenetukupongeilta.

Alustavasti julkaisun aihealueet on koottu lähinnä Internet-sivuilla toimivalla keskustelupalstalla vierailleiden jäsenten toivomusten perusteella. Julkaisun sisältöä on tarkoitus kehittää jäsenistön toiveiden mukaan ja sisällön tuottamisesta huolehtivat muutaman toimittajan lisäksi itse jäsenistö.

## 3.4 Julkaisun tekninen määrittely

Jäsenjulkaisu määriteltiin ensimmäisenä ilmestymisvuotenaan olemaan laajuudeltaan 16–24 sivuinen, musta-valkoisena painettu, nidottu jäsenlehti A4-formaatissa. Sen ilmestymisaikataulu oli alustavasti kaksi kertaa vuodessa, kerran kevätkesällä ja

toisen kerran loppusyksystä. Julkaisun ilmestymiskieleksi sovittiin suomi, koska pääosa yhdistyksen jäsenistöstä on suomenkielisiä tai vähintään suomenkielentaitoisia.

Toikkasen mukaan taitto-ohjelmien käyttö on ensisijaisen tärkeää ja painettavaksi tarkoitetut julkaisut tulisi aina tuottaa varsinaisilla taitto-ohjelmilla eikä esim. tekstinkäsittelyohjelmilla kuten mm. Microsoft Word. Yleisin markkinoilla käytetty taitto-ohjelma julkaisun suunnittelun aikaan oli Adobe PageMaker, jonka käyttöön myös tämän julkaisun kohdalla päädyttiin. (Toikkanen 2003, 45.) Kyseinen ohjelmisto oli myös taittajalle jo aiemmin tuttu työkalu. Kuvien käsittely tehtiin Adobe Photoshop-ohjelmalla, ja valmis julkaisu käännettiin Adobe Acrobat -ohjelmalla valmiiksi PDF-formaattiin, jossa muodossa valmis julkaisu toimitettaisiin digitaalipainoon tulostettavaksi.

Suunnitelmissa oli kehittää julkaisua useamman kerran vuodessa ilmestyväksi ja sivumäärältään laajemmaksi jäsenlehdeksi. Tavoitteena oli, että toista vuosikertaa tehtäessä lehteen olisi enemmän resursseja hyödynnettäväksi mainostulojen avulla, jolloin lehteen voitaisiin mm. toteuttaa kannet neliväripainatuksena sisäsivujen ollessa edelleen mustavalkoisia.

### 3.5 Julkaisun levikki

Painettu lehti postitettiin kaikille yhdistyksen jäsenille, ja jäsenistö tavoitettiin näin ollen sataprosenttisesti. Lisäksi useita kappaleita jäsenjulkaisusta toimitettiin Subaru-automerkin maahantuoajalle, jälleenmyyjille ja merkkiliikkeille sekä -huolloille, jotta sen avulla saataisiin tavoitettua mahdollisia uusia jäseniä eli Subaru-autojen omistajia. Julkaisun kokonaislevikki muodostui näin ollen 500 kappaleeksi jäsenmäärän ollessa 400 henkilöä ensimmäisen numeron ilmestyessä vuonna 2005.

Subaru Club Finland ry:n jäsen julkaisun sähköisen version levikki määräytyi Internetiä käyttävien jäsenten mukaisesti. Sähköiseen muotoon muunnettu jäsenlehti tuotettiin verkossa luettavaksi Internet-sivujen vain jäsenille sallitussa osiossa. Tällä jake-lutavalla voivat uudet, juuri jäseniksi liittyneet henkilöt käydä lukemassa aiemmin

ilmestyneet jäsenlehdet verkossa ilman, että niiden jälkikäteistoimituksista koituisi ylimääräisiä paino- tai lähetyskuluja. Jäsenistön tavoitettavuutta on kuitenkin haasteellista arvioida, sillä materiaali oli kaikkien jäsenten saatavilla eikä varsinaista kävijämittausta materiaalille toteutettu.

Automerkin maahantuoja I.M. Nordic AB /Suomi oli ilmaissut kiinnostuksensa yhdistyksen jäsenjulkaisusta ja olisi mahdollista että julkaisu yhdistettäisiin maahantuojan oman asiakaslehden Subaru Magazinen kanssa. Tällöin se tavoittaisi lisäksi kaikki uusien Subaru-autojen omistajat riippumatta siitä, ovatko he jo entuudestaan yhdistyksen jäseniä. Maahantuojan asiakaslehti on ilmestynyt Suomessa noin 1990-luvun puolivälistä lähtien ja lehteä toteutetaan yhteispohjoismaisin voimin I.M. Nordic AB:n toimesta. Suomessa ilmestynvä asiakaslehti on yhteispohjoismaisen lehden suomenkielinen versio ja sen levikki pohjautuu Autorekisterikeskuksen toimittamiin osoitetietoihin Subaru-merkkisten autojen omistajista. Alustavasti kaavailtu levikkimäärä yhdistetylle jäsen- ja asiakaslehdelle olisi noin 9 000 kappaletta.

## **4 JULKAISUN MALLINNUS**

Julkaisun mallinnus koostuu sen teknisestä toteuttamisesta suunnitteluvaiheesta viimeistelytoimenpiteisiin vaihe vaiheelta. Julkaisun suunnitteluvaiheessa on hyvä ottaa huomioon julkaisun jatkokehitys sähköiseen muotoon ja näin ollen huomioida myös sen painetulle julkaisulle asettamat rajoitukset ja vaatimukset.

### **4.1 Desktop Publishing**

Julkaisun taittoa tietokonetyöskentelynä kutsutaan yleisesti termillä DTP eli Desktop publishing. DTP-tuotannossa julkaisun graafinen suunnittelu toteutetaan suurimmaksi osaksi tietokoneohjelmistojen avulla. Toikkanen (2003, 22) kuvaa DTP-työskentelyä laite- ja ohjelmistokokonaisuutena, jonka avulla voidaan tuottaa painettavien julkaisujen aineisto digitaalisessa tai originaalimuodossa. Hänen mukaansa DTP -taiton

avulla saadaan valmis CD:lle tallennettava työ, joka voi olla painossa tehtäviä säätöjä vaille valmis materiaali.

Ikävalko (1995, 32) listaa teoksessaan DTP -työvaiheet seuraavasti:

1. *Teksti ja korjaukset*
2. *Kuvaukset*
3. *Asettelumalli*
4. *Tekstin ja kuvan käsittely*
5. *Oikoluku ja korjaukset*
6. *Vedokset ja ohjeet painoon (vedoksia voidaan ottaa useita)*
7. *Ensimmäinen painovedos ja tarkistus*
8. *Painaminen*
9. *Jälkikäsittely*
10. *Kuljetus, postitus tai muu jakelu*

Ikävalkon työvaiheiden listausta tarkastellessa tämän jäsenjulkaisun taitto koostuu pääasiallisesti vaiheista 3. - 7. Kyseisen jäsenjulkaisun teksti- ja kuvamateriaali toimitetaan taittoa varten valmiina, joten sen hankintaan ei tarvitse kiinnittää erityistä huomiota. Julkaisulla on vastaava päätoimittaja, jonka vastuulle jäävät vaiheet 1-2 sekä vaihe 10. Vaiheet 8 ja 9 hoituvat suoraan painotalon toimesta.

## 4.2 Ulkoasun suunnittelu ja materiaalin kerääminen

”Julkaisun suunnittelussa vähintäänkin yhtä tärkeää julkaisutekniikan kanssa on sisältö: miltä julkaisu näyttää ja millaisia asioita se viestii jo ensisilmäyksellä.” (Pesonen & Tarvainen 2003, 1).

Julkaisua kehitettäessä on olennaista jo suunnitteluvaiheessa kiinnittää huomiota visuaaliseen suunnitteluun. Julkaisun pääpiirteet muodostuvat materiaalin myötä ja vaikuttavat ratkaisevasti visuaaliseen ulkoasuun. Subaru Club Finland ry:n jäsenjulkaisun tulee ensisijaisesti olla ulkoasultaan kohderyhmää miellyttävä. Julkaisun ulkoasu tulee seuraamaan yhdistyksen muun painetun materiaalin graafista ulkoasua, jolloin sen tyyli tulee olemaan selkeästi tunnistettavissa saman järjestön materiaaliksi.

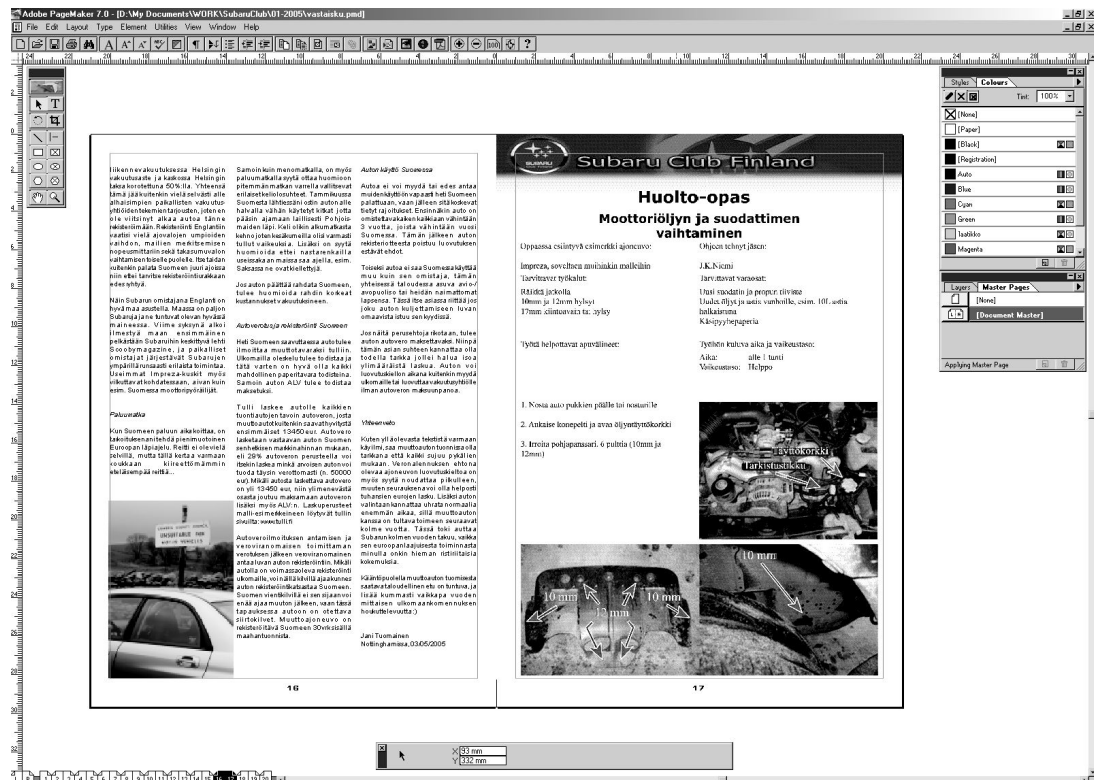
#### 4.2.1 Ulkoasun suunnitteluvaiheet

Kyseisen julkaisun ulkoasun suunnittelussa ovat lähtökohtina olleet seuraavat sille yhdistyksen taholta asetetut vaatimukset: julkaisun tulisi olla nuorekas, urheilullinen, selkeälinjainen ja moderni. Yhdistys osallistui julkaisun suunnitteluun kertomalla odotukset ja asettamalla pääpiirteet ulkoasulle, mutta muuten suunnitteluun annettiin vapaat kädet. Ulkoasun kehittämisessä tavoitteena oli osittain seurata maahan-tuojan virallisten julkaisujen tyyliä ja linjaa, jotta jäsenjulkaisu olisi tyyliältään ”sub-arumainen”. Yhdistyksellä ei ollut valmista graafista ohjeistusta jota olisi julkaisun suunnittelutyössä voinut seurata, kuten monilla yrityksillä ja virallisilla julkaisuilla.

Automerkin esitteet ovat selkeitä ja yksinkertaisia mutta kuitenkin tyylikkäitä ja moderneja, mikä muodostui lähtöajatuksiksi jäsenjulkaisulle. Koska kuitenkin jäsenjulkaisun tuotantoon määrätty resurssit olivat rajatut, vaati ulkoasun suunnittelu jotain kompromissiratkaisuja jotta rajalliseen sivumäärään voisi mahduttaa kaiken tarpeellisen sisällön.

Ulkoasun suunnitteluvaiheessa julkaisusta taitettiin Adobe PageMaker -ohjelmalla muutama mallisivu jotka koostuivat etusivusta sekä muutamasta sisäsivusta todellisin kuva-aihein ja mallitekstin kera, kuten kuviosta 1 nähdään. Näiden mallisivujen perusteella pystyi havainnoimaan julkaisun tulevan ulkoasun ja esittämään ulkoasuun liittyvät ideat yhdistyksen hallitukselle sekä muille asianomaisille. Näitä toisistaan tyyllillisesti eroavia mallikappaleita tutkittiin päätoimittajan sekä yhdistyksen hallituksen kesken ja päädyttiin osapuolia miellyttävään ratkaisuun. Kuviossa 1 esitellyt mallisivu edustaa sitä ulkoasua joka päätettiin ottaa käyttöön julkaisun sisäisivuille ja siinä on nähtävissä kuinka artikkeli eroaa jäsenmateriaalista, joka on tunnistettavissa selkeästi erinäköisen sivun ylälaidan perusteella.





KUVIO 1. Jäsenjulkaisun mallitaitto yhdeltä aukeamalta

## 4.2.2 Materiaalin kokoaminen

Keränen ja muut (2003, 5) toteavat, että julkaisun suunnittelu alkaa siihen tulevien tekstien ja kuvien suunnittelusta sekä siitä, miten niitä tullaan yhdistelemään. He määrittävät tärkeäksi työvaiheeksi luonnoksien teon, joiden avulla on helpompaa tehdä suunnittelutyötä ja suunnitella aineiston sijoittelua sekä julkaisun rakennetta.

Koska julkaisulla oli erillinen päätoimittaja, ei julkaisun toteuttamiseen sisältynyt materiaalin keruuta. Ensimmäisen jäsenjulkaisun ulkoasun suunnitteluvaiheessa oli tiedossa julkaisuun tulevien artikkeleiden aiheet sekä osa niihin liittyvästä kuvamateriaalista. Näiden tulevien aihepiirien perusteella pystyi hahmottamaan ja sovittamaan julkaisun ulkoasun sisältöä vastaavaksi.

Julkaisun materiaali pyydettiin toimittamaan muotoilemattomana tekstinä mieluummin Microsoft Word Document tai Rich Text Format -muotoisina. Muotoilemattoman tekstin taittotyö on taittajalle vaivattomampaa, joten tästä syystä artikkeleiden kir-

joittajia pyydettiin välttämään turhaa tekstin muotoilua. Artikkeleiden otsikointi ja kappalejako oli kuitenkin toivottavaa tekstin luettavuuden säilyttämiseksi. Kuvamateriaali pyydettiin toimittamaan missä formaatissa tahansa mahdollisimman suurikokoisena sekä tulostuskooltaan että resoluutioltaan.

### **4.3 Julkaisun taittomenetelmät**

Yleisimmin käytettyjä taitto-ohjelmia ovat muun muassa Adobe-tuoteperheen ohjelmat InDesign sekä PageMaker ja QuarkXPress. Nämä ohjelmat on suunniteltu nimenomaan laajempien julkaisujen, kuten lehtien ja kirjojen, taittamiseen. Taitto-ohjelmien avulla julkaisu taitetaan eli asetellaan valmiit teksti- ja kuvaelementit paikalleen julkaisun sivuille (Keränen ym. 2003, 3).

Jäsenjulkaisun taitto toteutettiin vastaavaa tarkoitusta varten suunnitellulla Adobe PageMaker -ohjelmalla DTP-työskentelynä. Julkaisun määritelmiksi oli asetettu, että se painetaan A4-kokoiseksi, nidotuksi, mustavalkoiseksi julkaisuksi ja näin ollen taitotyö toteutettiin A4-kokoisena, mustavalkoisena julkaisuna. Jotta painokustannukset olisivat mahdollisimman alhaiset, tulisi julkaisun olla niin sanotusti painovalmis niin, ettei sitä painossa tarvitsisi enää käsitellä.

#### **4.3.1 Tekstin määrittely**

Tärkeänä osana julkaisun teknistä toteutusta oli määrittää julkaisussa käytettävät kirjasintyyli. Lähtökohtina kirjasintyylien valintaan olivat ensisijaisesti selkeys ja luettavuus, mutta samalla nuorekkuus ja ulkoasun urheilullisuus.

Julkaisun otsikointiin valittiin kolme kirjasintyyliä, joiden ominaisuuksia muuttamalla niitä pystyi vaihtelevaan. Liian monta, toisistaan poikkeavaa kirjasintyyliä luo helposti julkaisulle sekavan yleisilmeen jota pyrittiin tällä rajauksella välttämään. Otsikointiin tarkoitetut kirjasintyyli olivat Square721 BdEx BT, Folio Md BT ja BenquiatGot Bk BT, joiden ulkoasua muunneltiin vaihtelevan pistekoon sekä tyyllittelyn (lihavointi,

kursivointi) avulla. Tämä on nähtävissä kuviossa 2, joka on esimerkki ensimmäisen jäsenjulkaisun kansisivun artikkelinostoista.

Toikkanen (2003, 34) suosittelee käyttämään otsikoinnissa typografista muotoilu-kontrastia, jolla tarkoitetaan selvästi toisistaan poikkeavien fonttien ja tyylien käyt-tämistä rinnakkain. Tällä saadaan julkaisun otsikoinnilla vaihtelua itse leipätekstiin, jolloin julkaisun silmäily ja lukeminen on mielekkäämpää.



KUVIO 2. Ensimmäisen jäsenjulkaisun etusivun otsikointi

Varsinaisen sisällön, leipätekstin, kirjasintyyli haluttiin säilyttää yhtenäisenä läpi jul-kaisun, joten sitä varten valittiin käyttöön vain yksi kirjasintyyli, Arial. Arialin kaltaisia päätteettömiä kirjasintyyliä ei perinteisesti suosita painotuotteissa, sillä niiden luet-tavuus koetaan heikompana kuin päätteellisten kirjasintyylien, kuten esimerkiksi Ti-mes New Roman -kirjasimen. Arial kuitenkin vastasi yhdistyksen muuta graafista ma-teriaalia sekä kyseisen autovalmistajan graafisia tyyliä. Arial-kirjasimen pistekooksi määritettiin 9–11 pt, tekstityylin pistekoko, joka koettiin sopivan tilaa säästäväksi mutta silti luettavan kokoiseksi tulostettaessa koevedosta. Tekstin pistekokoa vaihte-lemalla artikkelikohtaisesti annettiin taittajalle enemmän mahdollisuuksia sovittaa sisältöä taittoteknisesti.

Painotuotteissa (lehdet, esitteet, kirjat) leipätekstille pidetään 9–12 pistettä sopivana. Käytetyimmät näistä ovat 10 ja 11 pistettä. Pistekokoa valittaessa on myös huomioitava se, että eri kirjasinlajien kirjasimet ovat erikokoisia. (Toikkanen 2003, 33.)

### 4.3.2 Layout

Julkaisun varsinainen layout eli ulkoasun sommittelu muodostui tekstin palstoituksesta, sijoittelusta sekä kuvamateriaalin ja mainosten sijoittelusta julkaisussa. Osa mainostilasta myydään usein tietylle sivulle julkaisussa, mikä asettaa mainostilaa ympäröivien sivujen yleisilmeelle omat vaatimuksensa. Koska julkaisuun tulevat mainokset ovat pääosin koko sivun mainoksia, oli olennaisen tärkeää huomioida tuleva mainosmateriaali julkaisun taitossa. Muutoin mainoksen huomioarvo saattaa kärsiä viereisellä sivulla olevasta, liian paljon lukijan huomiota vievästä materiaalista.

Artikkeleiden leipäteksti jaettiin kolmeen samanlevyiseen palstaan (60 mm), joiden väliin jätettiin 5 mm tyhjää tilaa. Sivuille määritettiin marginaaleiksi 10 mm (oikea, vasen ja yläreuna) sekä 15 mm (alareuna). Jokainen artikkeli alkoi ingressi-osuudella, joka leveydeltään vaihtelisi yhdestä kolmeen palstaan ja joka tekstityylliltään vastaisi leipätekstiä ainoana erona, että kirjasintyyli oli kursiivi. Ingressi sijaitsi otsikon alla, useimmin samassa linjassa leipätekstin palstoituksen kanssa. Ingressi tyyliteltiin selkeästi leipätekstistä eroavaksi tarkoituksellisesti, mitä myös Pesonen ja Tarvainen (2003, 46) painottavat; ingressitekstin tulisi erottua selvästi leipätekstistä. Erottelu tehdään usein leipätekstityypin kursiivityylillä sekä leipätekstistä poikkeavalla palstoituksella.

Eri sivujen välille haluttiin kuitenkin kehittää hieman vaihtelua, jotta valmis julkaisu ei näyttäisi siltä kuin jokainen sivu olisi samasta muotista lähtöisin. Vaihtelua saatiin vaihtelevan otsikoinnin tekstityylin lisäksi muuttamalla ajoittain yhden artikkelin palstoitusta esimerkiksi kolmen palstan sijasta kahteen tai neljään palstaan sekä sijoittelemalla ingressi eri kohtaan jutun alkupuolelle.

Kuviossa 3 on malli siitä, kuinka aukeamasta saadaan eloisampi käyttämällä kahta eri tekstityyliä otsikoinnissa sekä vaihtelevaa kuvien muokkausta ja sijoittelua. Lisäksi

ingressi on aukeamalla palstoitettu kahden palstan levyiseksi, jolloin se tuo hieman vaihtelua aukeaman yleisilmeeseen.



KUVIO 3. Julkaisun palstoitus ja artikkelin yleisilme

Kuvien käyttö julkaisussa elävöittää ilmettä ja ylläpitää lukijan mielenkiintoa. Pesosen ja muiden (2003, 49) mukaan kuvat toimittavat julkaisuissa useita eri tehtäviä. Niitä voi käyttää havainnollistavina elementteinä tai puhtaasti yleisilmettä keventävinä kuvituksina. Useimmin kuitenkin käytetään havainnollistavia, aiheeseen liittyviä valokuvia. Myös jäsenjulkaisun kuvitus koostui valtaosin aina kunkin artikkelin aiheeseen soveltuvasta Subaru-aiheisesta kuvamateriaalista.

Kuvien sijoittelua ei rajoitettu, vaan niitä käytettiin julkaisun taitossa vaihtelevasti soveltaen kyseiseen artikkeliin liittyvien kuvien määrää ja artikkelin aihetta. Jotta yleisilmeeseen tulisi vaihtelua, osa julkaisun kuvista rajattiin niin, ettei kuvassa esiinny lainkaan taustaa ja osa taas rajattiin jättäen kuvan tausta mukaan. Kuvien käytössä suositellaan, että kuvien tulisi aua sivun sisältöä tai tekstiä kohti. Henkilökuissa henkilöt eivät saisi katsoa ulos julkaisun sivuilta (Toikkanen 2003, 38). Samaa perus-

ajatusta noudatettiin myös autoilukuvien suhteen ja sommiteltiin kuvat niin, etteivät autot aja ulos julkaisun sivuilta vaan kohdentavat lukijan katseen itse artikkeliin. Kuvien ja mainosten sommittelulla pyrittiin vaihtelevuuteen ja näin ollen ei peräkkäisillä sivuilla ole samankokoisia, samaan paikkaan sijoitettuja kuvia. Myöskään suurten mainosten läheisyyteen ei liitetty runsaasti lukijan huomiota vievää kuvamateriaalia.

Yleisilmettä piristämään julkaisussa käytettiin myös artikkeliin liittymätöntä kuvitusta, kuten kuviosta 4 käy ilmi, sekä sivujen ylälaidassa yhdistykselle ominaisia yläpalkkeja, joita myös esiintyy yhdistyksen verkkosivuilla ja keskustelupalstalla. Yläpalkkien avulla yksilöitiin julkaisussa ne sivut, jotka sisältävät varsinaista yhdistys- ja jäsenasiaa niistä sivuista, jotka sisältävät artikkeleita ja mainoksia. Näin ollen muusta lehden sisällöstä on helppo havaita, mitkä asiat ovat jäsenistöä koskettavia tiedotuksia, muutoksia tai muuta vain jäsenistölle suunnattua materiaalia.



KUVIO 4. Yläpalkkien sovitukset julkaisun sivuille

## 4.4 Kuvamateriaalin käsittely

Suurin osa julkaisuun toimitetusta kuvamateriaalista koostuu digitaalikameroilla kuvatuista tilannekuvista. Kuvia lehteä varten toimittavat jäsenistön henkilöt, joiden joukossa on myös ammattimaisella kalustolla kuvaavia harrastajia. Kuvien koko ja resoluutio vaihtelevat suuresti, joten kuvien käsittely on ensisijaisen tärkeää, jotta ne vastaisivat painoon toimitettavan materiaalin määrityksiä.

Kuvankäsittelyohjelmia ovat esimerkiksi Adobe Photoshop ja Paint Shop Pro. Kuvankäsittelyohjelmilla käsitellään valokuvat ja viimeistellään joskus piirroskuvia. Perustoimintoja ovat kuvien rajausta, koon muuttaminen sekä kuvan sävyjen korjaaminen oikeiksi. (Keränen ym. 2003, 3.) Kuvien käsittelyyn käytettiin Adobe Photoshop -ohjelmaa, jonka avulla kuvia rajattiin, muutettiin kokoa, muunnettiin mustavalkoiseksi sekä tehtiin painomateriaalille tarvittava värierittely.

### 4.4.1 Kuvan koko ja resoluutio

Painomateriaalissa kuvien resoluution tulisi olla vähintään 300 ppi. Järjestelmäkamerat pystyvät tallentamaan kuvan suurimmalla mahdollisella resoluutiolla, jolloin myös kuvan tiedostokoko kasvaa suuresti. Tiedostokoko vaikeuttaa puolestaan kuvan siirtämistä sähköisesti. Pesonen ja muut (2003, 81) suosittavat digitaalikameroiden kuvamateriaalin tallennusta raakamuodossa, jolloin materiaalia voidaan käyttää mahdollisimman monipuolisesti. Suurin osa julkaisun kuvamateriaalista toimitettiin joko sähköpostilla tai siirtämällä FTP-yhteyden yli käytössä olevalle palvelimelle.

Toikkanen (2003, 91) määrittelee julkaisuissa käytettävien kuvien resoluutioiksi Internetiin tuleville kuville 72–75 ppi, sanomalehdille 150–180 ppi ja aikakauslehtien tapaisille julkaisuille 300 ppi tai enemmän. Kuvan määrityksiä voidaan muuttaa niin, että 72 ppi:n kuvasta saadaan 300 ppi:n kuva, mutta tämä tarkoittaa käytännössä sitä, että kuvan tarkentuessa myös sen fyysinen koko pienentyy.

*Mitä tiheämmin kuvapisteitä sijoitetaan paperille, sitä pienempi kuva tulee. Samalla kuva näyttää tarkemmalta. Kun kuvapisteitä sijoitetaan harvemmin, kuva suurenee. Yksittäiset kuvapisteet suurenevat ja kuvasta tulee epätarkka. (Keränen ym. 2003, 22.)*

Resoluution lisäksi kuvan fyysinen koko sovitettiin oikeaksi kyseisen kuvan käyttötarkoituksen ja sijainnin mukaan. Painokuvan kokoa määrittäessä on ensisijaisen tärkeää että kiinnitetään huomiota nimenomaan kuvan tulostettavaan kokoon (Document Size) joka esitetään mm tai cm mittayksiköissä, ei pikselikokoisena, kuten kuviosta 5 käy ilmi. Pesonen ja muut avaavat kuvan fyysistä kokoa suhteessa resoluutioon seuraavan esimerkin avulla: Jos kuvassa on vaakasuunnassa 800 pikseliä ja sen resoluutio on 220 ppi, sen leveys on silloin 4 tuumaa eli n. 10 cm. Jos saman kuvan resoluutioksi muutetaan 72 ppi:ksi, sen leveydeksi tuleeekin n. 11 tuumaa eli n. 28 cm. (Pesonen ym. 2003, 75.) Kuvan fyysinen koko vaihteli julkaisussa 45 mm leveistä kuvista aina koko sivun levyisiksi 297 mm:n kuviksi tarpeen mukaisesti ja sivun ulkoasuun sovittaen.



KUVIO 5. Kuvamateriaalin fyysisen koon määrittelyt



#### 4.4.2 Kuvan värimäärittelyt

Perinteisesti tietokoneella käytettävät värikuvat ovat väritilaltaan RGB-muotoisia. Siinä kuva muodostetaan kolmesta pääväristä, jotka ovat punainen, vihreä ja sininen. (Keränen ym. 2003, 26.) Sen sijaan painotyössä värikuvat painetaan CMYK-muodossa. Kirjapainot ja väritulostimet käyttävät värijärjestelmänä kyseistä CMYK-värierottelua, jossa väri muodostetaan käyttämällä kolmea värillistä mustetta (Cyan = syaani, Magenta = magenta ja Yellow = keltainen) sekä mustaa (Key) mustetta, jota käytetään kuvan tummimpia kohtia ja tekstejä varten. (Keränen ym. 2003, 26.)

Koska kyseinen jäsenjulkaisu kuitenkin tulostetaan mustavalkoisena, on julkaisun kuville tehtävä värikäsittely harmaasävyerottelu. Keränen ja muut (2003, 26) määrittävät harmaasävytilan väritilana jota nimenomaan käytetään mustavalkoisten kuvien käsittelyyn. Adobe Photoshop -ohjelmassa värierottelu on yksinkertainen työvaihe, ja kyseinen toiminto löytyy automaattisesti yhden valikon alta. Värierottelu tehdään jokaiselle julkaisussa käytettävälle kuvalle erikseen samassa yhteydessä kun kuvaa rajataan ja sen kokoa skaalataan käyttötarpeen mukaan.

Värierottelun lisäksi kuvan valoisuustasapaino ja kontrasti säädetään painojulkaisulle sopivaksi. Koska näyttöpäätteen asetukset vaihtelevat päätteittäin eikä näytön valkoinen väri yleensä täysin vastaa painopaperin valkoista väriä, on valoisuus- ja värisäätöihin kiinnitettävä erityistä huomiota. Toikkanen (2003, 104) korostaa, että kuvia käsiteltäessä tulisi aina tarkistaa paraneeko kuvan laatu, jos kontrastia ja terävyyttä säädetään.

#### 4.5 Valmiin julkaisun konvertointi

Painoon toimitettava aineisto tulee koota yhteen. Varsinaisen julkaisun tallennustiedoston lisäksi tulisi liittää mukaan käytetyt kuvat, logot ja kirjasintyyli. Paras tapa tähän on pakata julkaisu PDF-tiedostoksi ja toimittaa sähköisen aineiston lisäksi mukaan paperitulosteet, jotta paino voi tarkistaa millaisena julkaisun on tarkoitus tulla. Painoa varten on myös hyvä merkitä millä ohjelmistolla materiaali on koottu

mahdollisia ongelmatilanteita tai paino- tai tulostuslaitteistoille tehtäviä säätöjä varten. (Toikkanen 2003, 24.)

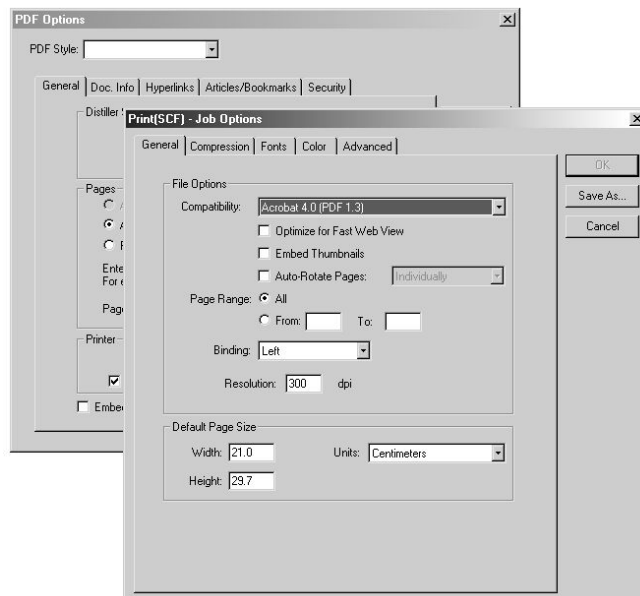
Julkaisun taitto Adobe PageMaker -ohjelmalla tallentaa tiedoston PageMakerin omaan pm65-formaattiin. Lisäksi julkaisuun liitetyt kuvat linkittyvät valmiiseen julkaisutiedostoon. Jos tämä raakamateriaali toimitettaisiin painoon, olisi sen tiedostokoko varsin suuri ja jokainen julkaisussa käytetty kuva tulisi lisäksi toimittaa erillisenä tiedostona. Näin ollen paras ratkaisu tuottaa julkaisusta painovalmis on konvertoida se yleisesti julkaisukäytössä olevaan PDF-formaattiin. Adobe Pagemaker pitää sisällään myös PDF-tiedoston luontimahdollisuuden. Todellisuudessa Pagemaker hyödyntää tässä Adobe Acrobatin Distiller -lisäohjelmaa, joka käytännössä suodattaa tiedoston PDF-tiedostoksi.

PDF-tiedostoksi konvertointia varten tarvitaan ohjelma joka osaa kääntää muunmuotoisen dokumentin PDF-muotoon. PDF (Portable Document Format) on Adoben kehittämä tiedostomuoto, joka toimii lähes jokaisessa laiteympäristössä ja on laajalaisesti muodostunut sähköisten julkaisujen standardiksi (Keränen ym. 2006, 216). Sen lukeminen on mahdollista ilmaisella Adobe Reader -ohjelmalla (ent. Acrobat Reader). PDF-tiedostomuoto voi sisältää vektori- ja bittikarttagrafiikkaa sekä tekstielementtejä. PDF perustuu ammattitulostimissa käytettävään PostScript-sivunkuvauskieleen, joten kirjapainot ja mainostoimistot ovat omaksuneet formaatin painettavien töiden siirrossa. Formaatti on erityisen hyödyllinen siirrettäessä paljon kuvia ja tekstiä sisältäviä dokumentteja. (Keränen ym. 2003, 30.)

Toikkanen (2003, 25) määrittää teoksessaan PDF-tiedoston eduksi sen, että se vie vähän tallennustilaa, mikä nopeuttaa tiedostonsiirtoa. Lisäksi aineisto, joka on PDF-tiedostona on tavallaan lukittu kokonaisuus kaikesta kyseiseen julkaisuun tulevasta materiaalista. PDF-tiedoston koko on selvästi alkuperäistä pienempi, koska kyseinen tiedostomuoto käyttää pakkausalgoritmiä. PDF-tiedoston etuja on myös se, että sen mukana kulkevat yleisimmät tekstityylit sekä julkaisuun liitetyt kuvat. Näin ollen painoon voidaan toimittaa yksi, kohtuullisen kokoinen tiedosto joka käytännössä sisältää julkaisun näköisversion.

## 4.6 Painovaatimusten mukainen PDF-tiedosto

Laadullisesti tasaisimman PDF-tiedoston saa kun ensiksi tulostaa valmiin julkaisun niin sanottuun raakaformaattiin, kuten PS (PostScript) tai EPS (Encapsulated PostScript) -muotoon, jotka ovat varsinaisia tulostustiedostoja. PostScript muoto koostuu vektorigrafiikasta joka varmistaa laadullisesti paremman PDF-tiedoston etenkin silloin kun on käytetty graafisia elementtejä. (Keränen ym. 2006, 218.) Seuraavaksi määritellään painomateriaalin ominaisuudet Adobe Acrobat Distiller -ohjelmaan, kuten käy ilmi kuvioista 6. Kun määritykset ovat kohdallaan, voidaan raakamateriaali, eli PS- tai EPS-muotoinen tulostustiedosto avata ohjelmaan ja muuntaa siitä painokelpoinen PDF-tiedosto.



KUVIO 6. Adobe Acrobat Distiller -ohjelman julkaisun määrittelyt

Painomateriaalien tuottamisessa noudatetaan tiettyjä yleisiä määrittelyjä. Ohjelmistoversiot päivittyvät uudempiin, mutta määrittelyjen perusperiaatteet kuitenkin säilyvät. Laadukkaan julkaisun varmistamiseksi on kuitenkin hyvä asettaa määrittelyt aikaisemman ohjelmistoversioon mukaisesti.

Jäsenjulkaisulle asetettiin seuraavat määrittelyt muunnettaessa sitä PDF-tiedostoksi:

- Resoluutio: painolaatuisen materiaalin resoluution tulisi olla vähintään 300 ppi
- Koko: koska julkaisu tulostettaisiin A4-kokoisena tulee sivujen koon vastata A4-kokoisen sivun mittoja: pystysuunnassa leveys 210 mm, korkeus 297 mm
- Yhteensopivuus: vähintään Acrobat 4.0 (PDF 1.3)
- Pakkaus: jotta valmiissa PDF-tiedostossa olisi kaikki tarpeellinen yhdessä paketissa, tarkistettiin asetuksista, että kuvatiedostot sekä oikeat kirjasintyyliä pakataan mukaan julkaisuun

Valmis, pakattu PDF-tiedosto toimitetaan painoon sähköisessä muodossa joko tiedostokoon salliessa sähköpostin liitetiedostona tai vaihtoehtoisesti siirrettävällä tallennusmedialla, kuten USB-muistitikulla tai CD/DVD-levyllä. Laadun varmistamiseksi PDF-tiedostosta pyydetään painolta koevedos, joka on lehden testituloste. Koevedoksesta todennetaan vastaako tulosteen tai painotuotteen laatu odotuksia ja voidaan koko erä painaa vai onko tiedostoon tai PDF-tiedoston pakkaukseen tehtävä muutoksia.

Jäsenlehti voidaan joko painaa tai tulostaa. Mustavalkoisen jäsenlehden painaminen ei yleensä ole kustannustehokasta ja nykyisin painojen käytössä olevat tulostuslaitteet tuottavat hyvin korkealaatuisia lopputuloksia. Useimmin tyydytään mustavalkotuotteessa korkealaatuisen tulosteeseen, jonka painokustannukset ovat huomattavasti edullisemmat. Paino- tai tulostusvaiheen jälkeen jäsenjulkaisu on valmis postitettavaksi jäsenistölle.

## 5 JÄSENKYSelyn Tulokset

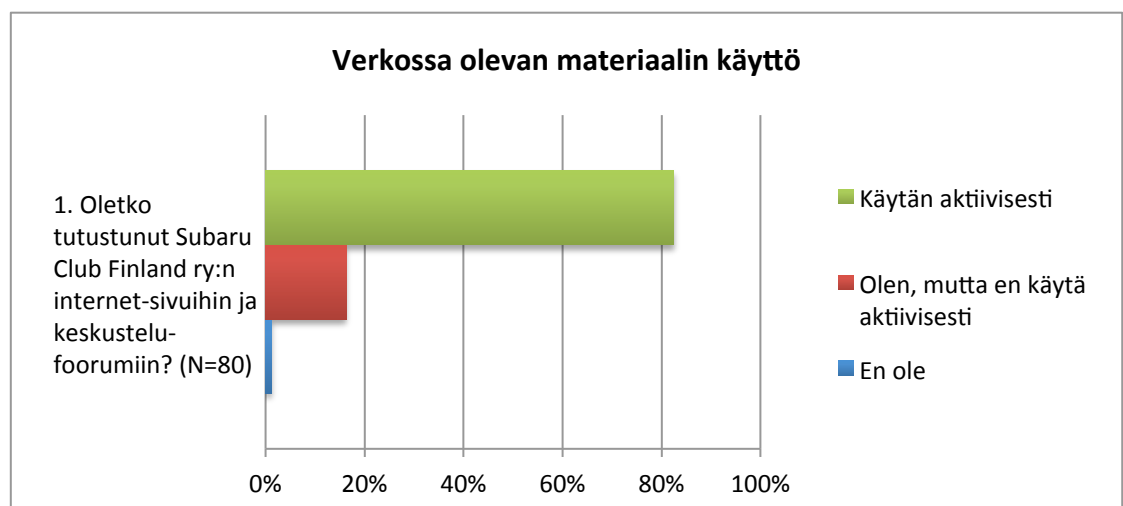
Ensimmäisessä julkaistussa Subaru Club Finland ry:n jäsenlehdessä toteutettiin jäsenkysely, johon vastasi 80 jäsentä. Jäsenjulkaisun painosmäärä oli 500 kpl, joista noin 50 kpl jäi yhdistyksen varastointiin tai jaettiin yhteistyökumppaneille. Kyselyyn vastasi 20 % jäsenistöstä. Vastaajista 73 kpl oli miehiä ja 7 kpl naisia, mikä vastasi pitkälti yhdistyksen jäsenistön sukupuolijakaumaa. Valta-osa vastaajista kuuluivat

ikäryhmiin 20–29 vuotta sekä 30–39 vuotta, mutta myös muut ikäryhmät olivat edustettuina.

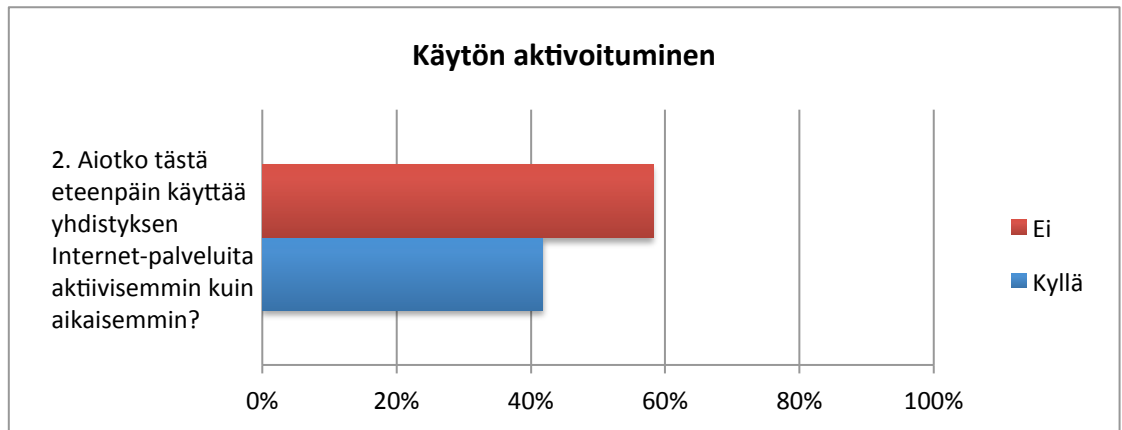
Kyselyn vastauksia odotettiin noin 4 viikkoa, minkä jälkeen selvitettiin vastausprosentti julkaisun levikkiin peilaten ja vastaukset tulkittiin. Jotta mahdollisimman moni jäsenistöstä motivoituisi vastaamaan kyselyyn, arvottiin vastanneiden kesken Subaru-aiheisia tuotepalkintoja. Kyselyn tuloksista julkaistiin myös yhteenveto jäsenten luettavaksi jäsenlehden toisessa numerossa vuonna 2005.

Vastaajilta kysyttiin kuinka aktiivisesti he olivat aikaisemmin käyttäneet yhdistyksen www-sivuja ja keskustelufoorumia. Suurin osa vastaajista käytti palveluita, ja pienempi osa oli tutustunut, mutta ei käyttänyt aktiivisesti. Pieni osa vastaajista ei ollut tutustunut niihin lainkaan, mikä kuvastaa jäsenistöä, joka ei saanut aiemmin mitään tietoa yhdistyksestä ja sen tapahtumista kaiken viestinnän tapahtuessa aiemmin verkossa.

Hieman alle puolet vastaajista aikoi käyttää yhdistyksen verkkosivuja aktiivisemmin tulevaisuudessa. Jäsenjulkaisun tavoitteena oli parantaa yhdistyksen tiedotusta kokonaisuudessaan sekä kannustaa jäsenistöä aktivoitumaan etsimään tietoa yhdistyksen www-sivuilta.

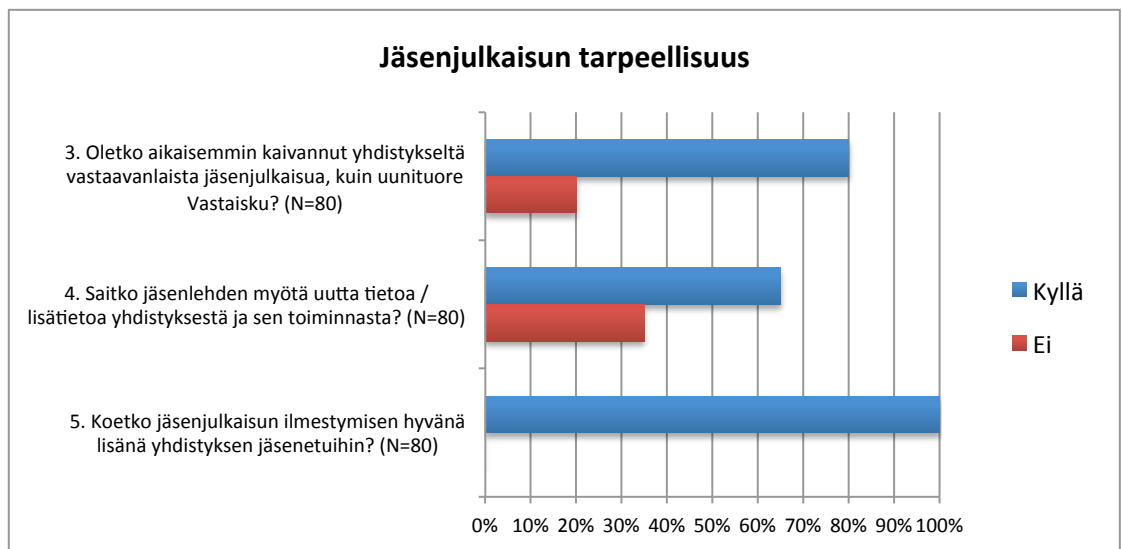


KUVIO 7. Yhdistyksen Internet-sivujen ja keskustelufoorumin käyttöaktiivisuus



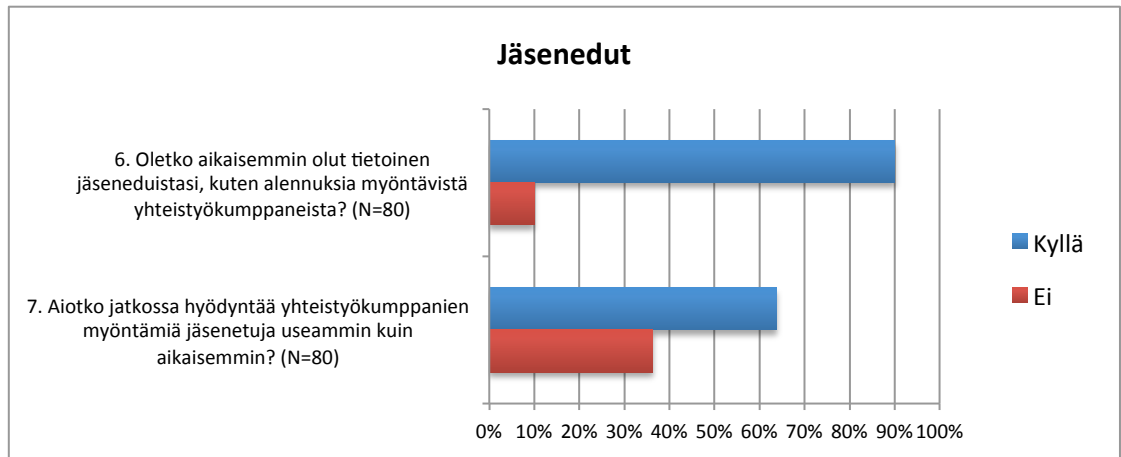
KUVIO 8. Kuvaus verkossa olevan materiaalin käytöstä jatkossa

Vastaajia pyydettiin kolmella kysymyksellä arvioimaan jäsenjulkaisun tarpeellisuutta. Vastaukset on esitetty kuviossa 9. Aikaisemmin yhdistyksellä ei ollut käytössään jäsenjulkaisua ja 79 % vastaajista kertoi kyselyssä kaivanneensa vastaavaa. 65 % koki saavansa jäsenjulkaisun myötä uutta tietoa yhdistyksestä tai sen toiminnasta, kun noin kolmasosa vastaajista ei kokenut saaneensa uutta tietoa. Kaikki kyselyyn vastanneet pitivät jäsenjulkaisua hyödyllisenä lisäetuna jäsenille.



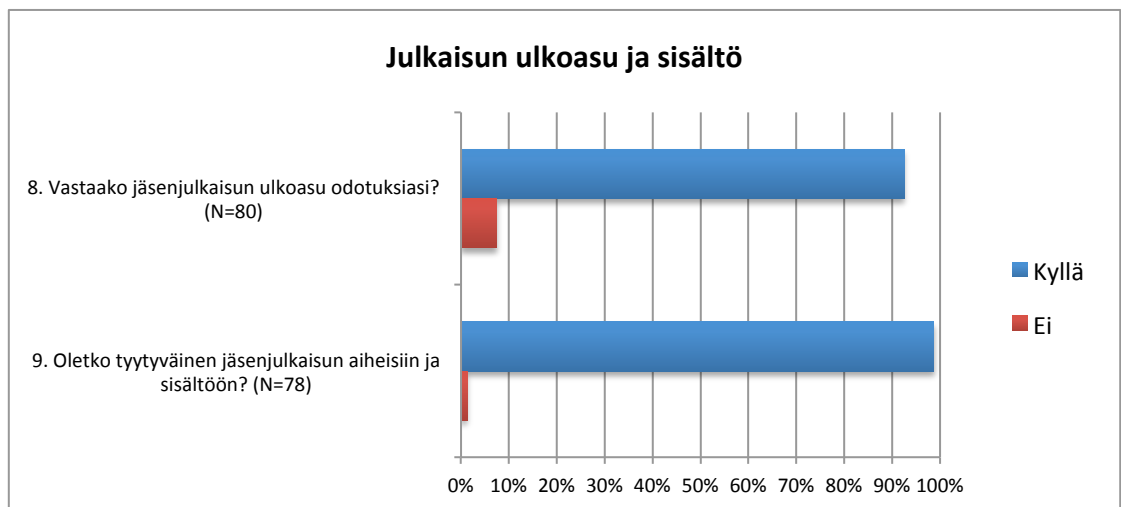
KUVIO 9. Jäsenjulkaisun tarpeellisuus

Tietoisuutta jäseneduista ja niiden käyttöä haluttiin selvittää vastaajilta. Jäsenjulkaisun odotettiin tuovan etuisuuksia näkyvämmiin esille. Valtaosa vastaajista oli jo ennen jäsenjulkaisua tietoinen alennuksista ja eduista mutta vastasi aikovansa jatkossa hyödyntää niitä laajemmin kuin aikaisemmin.



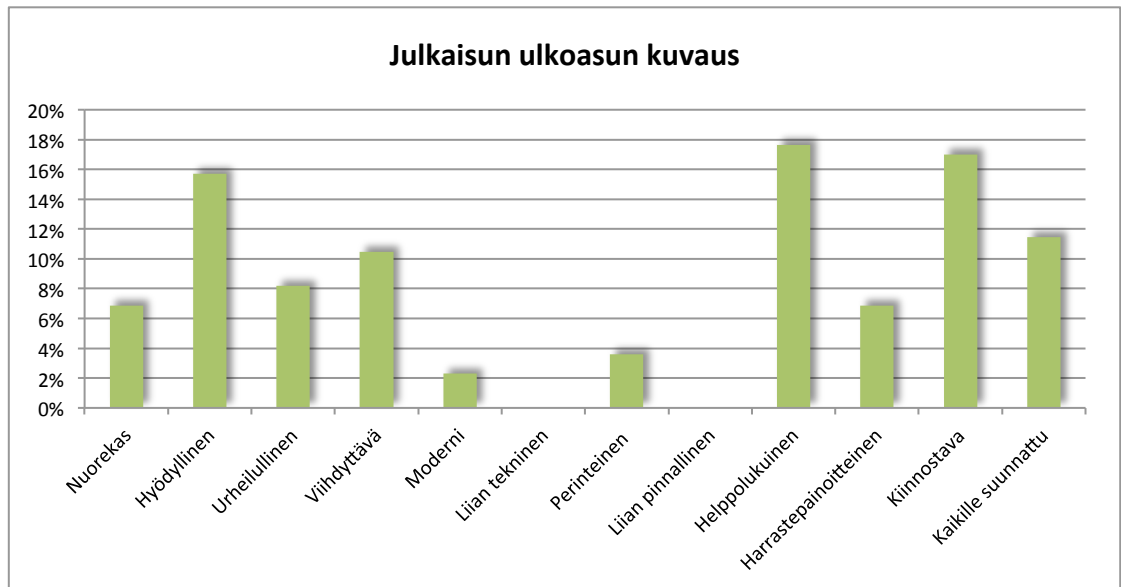
KUVIO 10. Jäsenedut ja niiden hyödyntäminen

Jäsenjulkaisun ulkoasu vastasi kyselyn perusteella hyvin vastaajien odotuksia. Jäsenistöllä oli mahdollisuus vaikuttaa tulevan julkaisun ulkoasuun, sillä alustavasta layout-suunnitelmasta annettiin vaihtoehtoja jäsenistön äänestettäväksi ja lopullinen ulkoasu päätettiin äänestyksen tuloksen perusteella. Myös julkaisun aiheet ja sisältö miellyttivät lähes kaikkia kyselyyn vastanneita.



KUVIO 11. Kuinka jäsenjulkaisu vastasi vastaajien odotuksia

Vastaajia pyydettiin kuvailemaan lehden ulkoasua monivalintakysymyksellä. Vastausvaihtoehtoista pystyi valitsemaan useita. Suosituimpia vastauksia olivat hyödyllinen, helppolukuinen ja kiinnostava. Myös tavoitteiksi asetetut nuorekas ja urheilullinen saivat vastauksia. Julkaisua ei koettu lainkaan liian teknisenä eikä liian pinnallisena. Kysymyksen vastaukset on kuvattu kuviossa 12.



KUVIO 12. Lukijoiden mielipiteiden jakautuminen lehden ulkoasusta

Vastaajille annettiin mahdollisuus jättää kehitysehdotuksia ja juttuideoita vapaan palautteen muodossa. Palautteet välitettiin päätoimittajalle huomioitavaksi tulevien julkaisujen suunnittelussa.

## 6 MUUNTAMINEN SÄHKÖISEKSI JULKAISUKSI

Vaikka verkkojulkaisut ovat yleistyneet, eivät ne kuitenkaan toistaiseksi ole kokonaan korvanneet perinteisiä painettuja julkaisuja. Toiset pienet yhdistykset ovat kuitenkin jo luopuneet paperisista postitettavista jäsenjulkaisuista, usein puhtaasti kustannussyistä. Korvaavia kanavia ovat keskustelupalstat, sähköpostijakelulistat sekä sosiaalinen media.



Inkinen (2002) vertailee painetun ja sähköisen julkaisun eroja mm. aikaan ja paikkaan sidotun tiedon erolla. Sähköinen viestintä tavoittaa vastaanottajan nopeammin, mutta on omaehtoista, kun puolestaan painettu viestintä toimitetaan vastaanottajalle, mutta viiveellä. Inkinen kuvaa eroja myös staattisena (painettu julkaisu) ja interaktiivisena (sähköinen julkaisu). Keränen perustelee, että perinteiset painetut mediat tulevat luultavimmin kuitenkin säilyttämään oman asemansa, vaikka digitaalisen informaation välittäminen onkin helppoa. Moni kustantaja julkaiseekin digitaalista materiaalia painetun median rinnalla. (Keränen ym. 2005, 9.)

Subaru Club Finland ry:n jäsenjulkaisun tapauksessa sähköinen julkaisu toteutettiin nimenomaan lisäpalveluksi painetulle julkaisulle. Julkaisun sähköisen version kehittämisen perusajatuksena oli, että koska yhdistyksen jäsenmäärä usein kasvaa kesken vuoden, ei automaattisesti uusille yhdistyksen jäsenille postiteta aikaisemmin kyseisenä vuonna ilmestyneitä jäsenlehtiä lähinnä kustannussyistä. Uusille jäsenille vanhat lehdet ovat luettavissa sähköisessä muodossa yhdistyksen Internet-sivuilla.

Pursiainen (2010, 9) toteaa selvityksessään sanomalehtien verkkoversioiden yleistyneen nopeasti ja niitä voidaankin pitää verkkojulkaisun edelläkävijöinä. Pursiaisen selvityksestä käy ilmi, että uutistiedottaminen verkossa on nopeatempoisempaa sekä mahdollistaa myös vuorovaikutusta median ja yleisön välillä. Verkkomedia myös parantaa lehtien kokonaistavoitettavuutta. Digitaalinen media koetaan kuitenkin enemmän täydentäjänä painetulle medialle kuin sen korvaajana eivätkä verkkolehdet ole toistaiseksi syrjäyttämässä painettuja lehtiä.

Sähköinen julkaisu tuo mukanaan paljon uusia mahdollisuuksia, kuten mahdollisuuden kytkeä yhdistyksellä jo valmiiksi aktiivisessa käytössä ollut keskustelupalsta lehden aihepiirien pariin. Näin ollen artikkeleista keskusteleminen tuo lehden sisällölle lisäarvoa. Tällainen malli onkin jo käytössä monella perinteisenä paperijulkaisuna ilmestyvällä kaupallisella lehdellä, kuten esimerkiksi MikroBitti ja Tietokone –lehdillä, sekä monilla muilla etenkin IT-alaan liittyvillä lehdillä. Sen sijaan yhdistysten jäsenjulkaisuilla tällaiset niin kutsutut ”nettijatkot” ovat harvinaisempia.

## 6.1 Sähköisen julkaisun määrittely

Sähköisen julkaisun voi toteuttaa monella eri tavalla. Kyseisestä jäsenjulkaisusta haettiin sähköiseen muotoon sellainen formaatti, joka syntyisi helposti ja olisi mahdollisimman monen hyödynnettävissä käyttöympäristöstä riippumatta. Ratkaisuna päädyttiin tulokseen muuntaa painovalmiista julkaisusta verkkolevitykseen optimoitu PDF-tiedosto. Kuten myös Keränen ja muut (2005, 7) toteavat, PDF-tiedoston keskeinen ajatus on toimia sähköisenä paperina.

Sähköisen julkaisun olisi tärkeä olla mahdollisimman käyttöympäristöriippumaton ja pienikokoinen, jotta sen luku ei olisi turhan hidasta hitaammallakaan Internet-yhteydellä, sekä sovitettu luettavaksi suoraan tietokoneen näytöltä. PDF-tiedosto soveltuu hyvin sähköiseen levitykseen ja sitä käytetään sähköisten dokumenttien ja asiakirjojen tallennusmuotona. (Keränen ym. 2006, 6)

Koska kyseessä on pieni julkaisu jolla ei ole kovin laajaa lukijakuntaa, palvelee PDF-muotoinen, verkkolevitystä varten muunneltu lehti hyvin tarkoitustaan. Tulevaisuudessa, julkaisun laajentuessa ja lukijakunnan kasvaessa on myös sähköisen julkaisun koettava uudistuksia. Hyviä esimerkkejä eriomaisista sähköisen julkaisun toteutustavoista ovat sanomalehdillä käytössä olevat verkkolehdet esimerkiksi Helsingin Sanomilla ja Keskisuomalaisella. Näitä julkaisuja voi lukea Internet-selaimessa ilman erillisiä apuohjelmia ja niiden sivuja voi suurentaa ja pienentää tarpeen mukaan. Sivuja voi myös tallentaa PDF-muodossa tai halutessaan tulostaa.

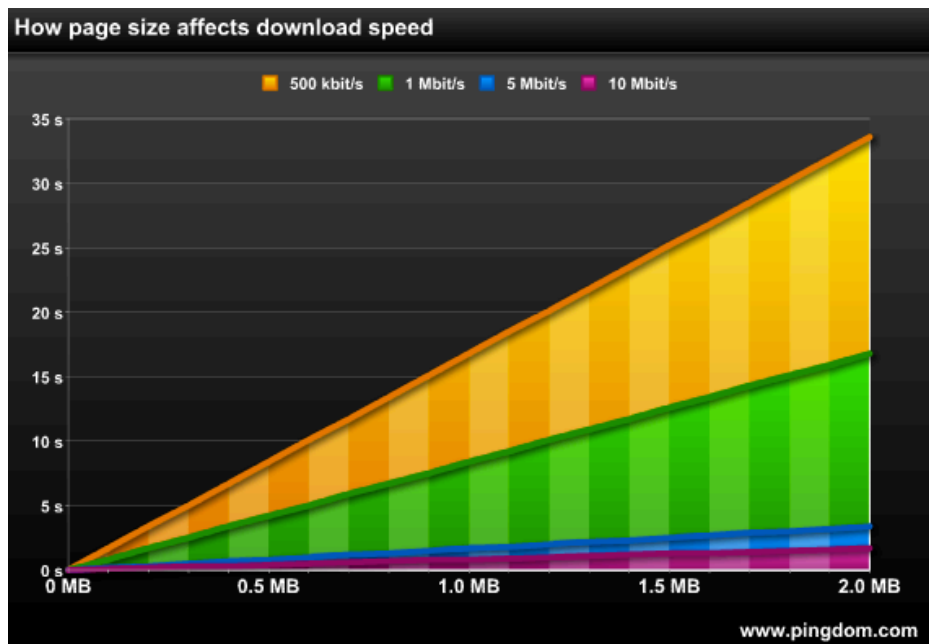
## 6.2 Sähköisen julkaisun tekniset vaatimukset

Olennaisimpia teknisiä vaatimuksia sähköiseen muotoon muunnettavalla julkaisulla ovat sen siirrettävyys ja luettavuus käyttöympäristöstä huolimatta. Lisäksi tärkeää on verkkolevitykseen soveltuva koko, niin etteivät tiedostot kasva kohtuuttoman suurikokoisiksi. Erityisesti kuvatiedostot kasvattavat helposti tiedostokokoa. Tiedonsiirtonopeus ja tiedostokoko määrittelevät kuinka kauan materiaalin siirtämiseen kuluu aikaa. (Keränen ym. 2006, 120.) Julkaisun siirrettävyys paikasta toiseen ja koneelta

toiselle asettaa olennaiseen asemaan sen toteutuksen käyttöympäristöriippumattomuuden.

Valmis sähköinen julkaisu ei saa olla tiedostokooltaan liian suuri, sillä sen ensisijainen jakelukanava on yhdistyksen Internetissä sijaitseva keskustelufoorumi. Vaikka laajakaistayhteydet ovat yleisiä, ei verkkomateriaalia tuottaessa saisi unohtaa kohtuullista tiedostonkokoja ja tiedostojen siirtoaikaa. Sähköisten julkaisujen suunnittelussa tulisi ottaa huomioon erilaiset yhteysnopeudet ja niiden tiedonsiirtoajat. (Keränen ym. 2006, 105.) Keskiverto Internetin käyttäjä on kärsimätön ja aika jonka hän jaksaa käyttää odottamansa materiaalin latautumiseen, on lyhyt. Aiheen ollessa kiinnostava malttaa lukija usein odottaa hetken kauemmin, mutta käytännössä tulee tiedon siirtyä verkosta lukijan silmien eteen ennemmin sekunneissa kuin minuuteissa.

Suurimpia tiedostokokoon vaikuttavia seikkoja ovat kuvatiedostot joihin on kiinnitettävä suurin huomio painonvalmiin tiedoston muuntamisessa sähköiseksi. Siinä missä painovalmis julkaisu on kokonaan taitettu olemaan resoluutioltaan 300 ppi, ei sähköisen julkaisun tarvitse olla kuin 72 ppi. Tietokoneiden näyttöjen tarkkuudet vaihtelevat 72:n ja 100 ppi:n välillä, jolloin on suositeltavaa optimoida verkkoon tarkoitettut kuvat 72 ppi:n tarkkuudelle. Keränen ja muut (2006, 117) toteavatkin, että suurempi resoluutio Internetiin siirrettyssä materiaalissa vain turhaan kasvattaa tiedostokokoa. Näin ollen kuvien pienentämisessä ja pakkaamisessa tulee ehdottomasti suurin säästö tiedostokokoon. Kuvio 13 kuvaa tiedoston koon suhdetta latausaikaan.



KUVIO 13. Tiedostojen latausaika suhteessa tiedostokokoon (Pingdom 2010)

Pursiainen (2010, 10) toteaa laatimassaan selvityksessä, että laajakaistayhteys mahdollistaa lehden fyysisestä jakelusta koituvien kustannusten laskemisen. Valtio edistää voimaperäisesti tietoyhteiskuntaa ja erityisesti sähköisiä palveluita, jotka korvaavat postia. Vähintään 1 Mbit/s:n teleyhteys on kansalaisen yleispalvelu 1.7.2010 lukien, jolloin jokaisella on oikeus saada tuo yhteys kohtuullisella hinnalla.

### 6.3 Painomateriaalin muuntaminen sähköiseen jakeluun

PDF-tiedoston muuntaminen on yksinkertainen prosessi, jos alkuperäinen työtiedosto on taitettu perusteellisesti ja raakatulostettu joko PS (Post Script) tai EPS (Encapsulated Post Script) -tiedostoksi taitto-ohjelmasta. PS ja EPS -tiedostot perustuvat vektorigrafiikkaan, joiden koko on vapaasti muunneltavissa ilman että kuvanlaatu kärsii. (Keränen ym, 2006, 218) Painoon toimitettavaa PDF-tiedostoa ei kuitenkaan voi uudelleen konvertoida, vaan muuntamisessa on käytettävä alkuperäistä materiaalia raakamuodossaan. Tällöin voidaan suoraan PDF:n konvertointia tehtäessä määritellä omat asetukset sähköiselle julkaisulle, ja valmis tiedosto vastaa tällöin uusia määritteitä.

Keräsen ja muiden (2006, 251) mukaan tiedoston optimointi voidaan tehdä esim. poistamalla upotettuja kirjasintyylejä ja pakkaamalla kuvia. Sähköistä julkaisua kääntäessä kuvien pakkausasetukset voivat huoletta olla päällä ja käyttäessä Adobe Acrobat Distiller -ohjelmaa voidaan sen avulla suoraan pienentää kuvien resoluutioiden olemaan maksimissaan 72 ppi. Muutoin kuvien käsittely tulisi tehdä erikseen kuvankäsittelyohjelman avulla niin, että kuvien fyysinen koko säilyisi ennallaan, mutta tarkuus heikentyisi.

Tiedostoa pakattaessa tulee kuitenkin huomioida, ettei pakkaus käy liian suureksi jolloin myös laatu kärsii. Kuitenkin muunnettaessa ensimmäiset jäsenlehden numerot PDF-tiedostoiksi pieneni tiedostokoko ensimmäisen numeron kohdalla 12 556 kilotavusta (eli 12,2 megatavua) 732 kilotavuun sekä toisen numeron kohdalla 10 311 kilotavusta (10,0 megatavua) 1 585 kilotavuun.

## **6.4 Sähköisen julkaisun jatkokehitysmahdollisuudet**

Sähköisellä julkaisulla on useita eri tapoja kuinka sitä voi jatkokehittää. Siinä missä perinteisen julkaisun kehitys rajoittuu lähinnä aihesisällön jalostamiseen sekä graafiin seikkoihin, kuten ulkoasun muuntamiseen, värilliseen julkaisuun siirtymiseen ja niin edelleen, on sähköisellä julkaisulla puolestaan mahdollisuus laajentua interaktiiviseksi kokonaisuudeksi jossa käyttäjä pääsee helpommin itse osallistumaan julkaisun kehittämiseen.

### **6.4.1 Keskustelufoorumi**

Yleisimpiä ovat keskustelupalstat ja ns. ”nettijatkot” eli jäsenjulkaisulle omistetut keskustelualueet joissa on mahdollista keskustella julkaisun teemoista ja artikkeleista. Monella yhdistyksellä on käytössään keskustelufoorumi sekä asiallista että vapaaehtoismuotoisempaa keskustelua varten. Keskustelufoorumi on hyvä kanava yhdistyksen jäsenille, jossa pienellä vaivalla voi saada äänensä kuuluviin ja päästä vaikuttamaan.

Keskustelufoorumi oli yhdistyksellä olemassa jo ennen painettua jäsenlehteä, joten luonnollisesti keskustelufoorumille luotiin oma keskustelualueensa jäsenlehteä koskevaa keskustelua varten. Foorumi ajateltiin hyväksi kanavaksi myös lukijoiden palautteille, ja päätoimittajalla olisi näin suoraan mahdollisuus vastata palautteisiin. Lukijoilta voisi tätä kautta saada uusia ideoita tulevien jäsenjulkaisujen sisältöihin.

#### **6.4.2 Artikkeleiden lisämateriaalit**

Yhdistyksen tapahtumista otetaan usein kymmenittäin tai jopa sadoittain kuvamateriaalia, joista painettuun julkaisuun joudutaan valitsemaan yleisesti muutama onnistunut otos. Verkkoon koottu kuvagalleria toisi kaikki tapahtuman kuvat jäsenistön nähtäväksi. Toteutustavan tulisi tällöin olla koottu yhteen sijaintiin, johon esimerkiksi yksittäiset jäsenet voisivat käydä lisäämässä ottamiaan kuvia jäsenlehden ilmestymisen jälkeen. Lehdessä tulisi olla maininta verkosta löytyvästä lisämateriaalista ja kuvagallerian linkitys tulisi löytyä keskustelufoorumin jäsenlehteä käsittelevältä aihealueelta. Kuvia varten riittäisi kohtuullisempi tila yhdistyksen käytössä olevalta palvelimelta, sillä suoraan verkkoon julkaistujen kuvien ei tarvitse olla tiedostokooltaan painolaatuisten veroisia.

Yksi jatkokehitysmahdollisuus on puolestaan multimediasisältö, joka soveltuisi varsin hyvin tämän tyyppiselle jäsenjulkaisulle. Koska paperisen jäsenlehden julkaiseminen on ennen kaikkea kustannuserä yhdistykselle, voi painettavan julkaisun sisältöä pitää tiivistettynä ja tuottaa laajennettua lisämateriaalia verkkoon. Tiettyihin artikkeleihin voisi liittää erilaista multimediasisältöä nähtäväksi verkossa, kuten muun muassa huolto-oppaisiin liittyvää videoksi kuvattua materiaalia. Huolto-oppaan kuvaus videona olisi hyvä lisä kuvalliselle artikkelille ja mahdollistaisi asian tarkemman kuvauksen ja visualisoinnin. Multimediasisältö soveltuu erityisesti opetusmateriaaliksi, jossa voidaan yhdistää tekstiä, kuvaa, videomateriaalia sekä ääntä havainnollistavaksi kokonaisuudeksi. (Keränen ym 2006, 154.) Vastaavasti kuin kuvagalleriasta, tulisi myös videoista olla maininta painetussa jäsenjulkaisussa alkuperäisen artikkelin yhteydessä, ja materiaalin tulisi olla linkitettyä keskustelufoorumille.

Verkkoon tuotettu lisämateriaali voisi myös aktivoida muuta yhdistyksen Internetissä sijaitsevan sisällön käyttöä. Jäsenet, joiden Internet-sivujen käyttö on vähäistä saattaisivat samassa yhteydessä tutustua myös muuhun materiaaliin.

### **6.4.3 Sähköisestä jäsenledestä verkkojulkaisuksi**

Varteenotettava jatkokehitysmahdollisuus julkaisulle olisi muokata sähköisestä julkaisusta varsinainen verkkojulkaisu. Verkkojulkaisulla viitataan tässä yhteydessä selainikkunassa luettavaan verkkolehteen, jonka sivuja voi vaihtaa, elementtejä suurentaa ja pienentää sekä myös halutessaan tallentaa ja tulostaa. Verkkojulkaisu mahdollistaa myös laajemmin uusien medioiden yhdistämisen kuten video- ja äänimateriaalin liittämisen, joka ei paperisessa julkaisussa ole mahdollista. (Keränen ym 2006, 103.)

Verkkojulkaisu voisi myös toimia vaihtoehtona paperiselle jäsenjulkaisulle tai korvata sen kokonaan. Paperisen jäsenjulkaisun korvaaminen verkkojulkaisulla säästäisi yhdistykseltä painokustannukset ja lisäksi mahdollistaisi jäsenistön aktivoinnin käyttämään muuta yhdistyksen Internetissä sijaitsevaa materiaalia.

## **6.5 Verkkojulkaisun tuottaminen**

Perinteisen painetun jäsenlehden ja siitä tuotetun sähköisen version sijaan voisi julkaisun toteuttaa suoraan verkkojulkaisuna. Koska painetulla medialla on omat kustannuksensa, onkin verkkojulkaisu monelle yhdistykselle houkutteleva vaihtoehto, ja usein yhdistyksiltä löytyvät valmiit www-sivut tai muu yhteinen paikka jossa verkkojulkaisu voisi ilmestyä. Verkkojulkaisun jakelu voidaan myös hoitaa sähköpostilla tai sähköposti-ilmoituksin, jolloin varmistetaan vastaanottajien tavoitettavuus.

Toteutuksena materiaalin tuottaminen suoraan sähköiseen muotoon PDF-tiedostoksi ei eroa painetun tuotteen tuottamisesta muuten kuin materiaalin optimointina. Taittoprosessi etenee samalla tavalla, mutta tuloksen lukeminen päätteeltä on huomiotava. Materiaalin tuottaminen suoraan päätteelle mahdollistaa uusia ulottuvuuksia.

Lopputulosta ei tarvitse tuottaa esimerkiksi A4-kokoiseksi taitetuksi lehdeksi, vaan koko voi olla paremmin sovitettu näytöltä luettavaksi.

Suoraan verkkoon tuotettu julkaisu voi pitää sisällään suoria linkkejä lisämateriaaliin sekä esimerkiksi videoita tai Flash-animaatioita. Interaktiivinen sisältö tuo uusia ominaisuuksia mainostavien yritysten ulottuville. Interaktiivisen sisällön mahdollisuutta kuitenkin hyödynnetään vielä varovaisesti. Verkkolehdet muistuttavat ulkoasultaan painettua vastinettaan ja sisältö on staattista kuin painetussa mediassa. Niin kutsutussa monimediasisällössä voidaan yhdestä sisällöstä tehdä useita erilaisia versioita eri jakelukanaviin, kuten mm. paperisen lehden rinnalle tuotettu sähköinen julkaisu. (Keränen ym 2005, 6–8.)

Ari Heinonen (1998) koostaa laaja-alaisesti sähköisen julkaisun mahdollisuuksia teoksessaan Raportteja verkkojournalismista. Heinonen listaa verkkojulkaisun viestinnällisen potentiaalin koostuvan multimediaalisuudesta, hyperlinkityksestä, vuorovaikutteisuudesta/viestinnällisyydestä, rajattomasta tilasta ja ajasta, arkistomaisuudesta, haettavuudesta, simuloinnista, reaaliaikaisuudesta sekä globaalisuudesta. Multimediaalisuudella ja hyperlinkityksellä voidaan laajemmin hyödyntää tekstiä, sekä staattista että liikkuvaa kuvaa, samoin kuin myös ääntä ja grafiikkaa interaktiivisena kokonaisuutena. Lisäksi niiden avulla lukija voi itse valita miten materiaalissa etenee lukiessaan, eikä julkaisua ole pakko lukea lineaarisesti sivulta toiselle.

Heinonen (1998) toteaa myös, että vuorovaikutteisuutta saavutetaan verkkojulkaisulla tavalla joka ei ole mahdollista perinteisessä julkaisussa. Lukija voi itse vaikuttaa osallistumalla esimerkiksi kommentointiin ja keskusteluihin. Verkkojulkaisut ovat painettuja julkaisuja reaaliaikaisempia ja nopeasti päivitettävissä. Lisäksi verkkojulkaisut ovat myös laajemman lukijakunnan saatavilla, eli globaalisuus merkitsee paljon verkkojulkaisulle perinteiseen painettuun julkaisuun verrattuna.

Arkistointi on helppoa verkkojulkaisulle ja se voidaan säilyttää lukijoiden saatavilla pitkiäkin aikoja varsinaisen uutisoinnin jälkeen. Tämä kuvaa myös rajatonta tilaa ja aikaa palvelinten tekniset rajoitteet huomioiden. Verkkojulkaisuja voidaan kootusti



arkistoida ja tämä mahdollistaa hakutoimintojen toteuttamisen useita julkaisuja kattaviin tietokantoihin. (Heinonen 1998.)

## **7 JULKAISUN ELINKAARI**

Subaru Club Finland ry:n jäsenjulkaisu Vastaisku ilmestyi vuosina 2005–2007. Julkaisua ehti ilmestyä viisi numeroa ilmestymisaikataulun ollessa kaksi kertaa vuodessa. Vuonna 2007 julkaisua tehnyt työryhmä päätti, ettei enää ehdi ajankäytöllisistä syistä jatkaa julkaisun parissa. Yhdistys etsi julkaisulle uutta päätoimittajaa, toimittajaa sekä taittajaa ja uutta työryhmää seuraavan kahden vuoden ajan. Jonkin verran tiedusteluja tuli jäsenistöltä keskustelupalstalla lehden kohtalosta ja mahdollisesta tulevaisuudesta. Vaikka kiinnostuneita uusia tekijöitä julkaisulle muutamia ilmoittautuikin, ei kukaan ollut halukas vastaavan päätoimittajan tehtävään, joten vuonna 2009 yhdistys päätti, ettei jäsenjulkaisua tulla jatkamaan toistaiseksi.

### **7.1 Jäsentiedottaminen julkaisun elinkaaren päätyttyä**

Tiedottaminen siirtyi kokonaan takaisin Internetiin, kun jäsenjulkaisulle ryhdyttiin etsimään uutta toimitusryhmää. Jäsenistöä ei erikseen tiedotettu julkaisun päättymisestä, mutta yhdistyksen keskustelupalstaa käyttävät jäsenet saivat kuitenkin tiedon siitä, että jäsenjulkaisulle etsittiin uusia tekijöitä.

#### **7.1.1 Tiedotuskanavat**

Jäsenjulkaisun jälkeen yhdistys on siirtynyt käyttämään jäsenistön tiedottamiseen pääsääntöisesti keskustelupalstaa. Tiedottaminen nykymallilla perustuu pitkälti siihen, että jäsenet etsivät oma-aloitteisesti tietoa. Sähköpostitiedotusta käytetään rinnalla, mutta hyvin vähäisessä määrin. Tiedotteita lähetetään sähköpostilla keskimäärin kaksi kertaa vuodessa, jolloin kutsutaan jäsenet osallistumaan yhdistyksen vuosikokoukseen sekä ilmoitetaan aina alkaneen vuoden jäsenmaksusta ja sen eräpäivästä.

Keskustelupalstan sekä sähköpostilistan lisäksi yhdistyksellä on myös käytössään Facebook-ryhmä (Kettunen 2002). Kyseinen ryhmä on perustettu marraskuussa 2007. Facebook-ryhmä ei kuitenkaan ole erityisemmin aktiivisessa käytössä jäsenistön keskuudessa ja sen viestit ovatkin lähinnä käyttäjien lisäämiä kuvia. Ryhmässä esiintyy hyvin vähän keskustelua eikä juurikaan mitään yhdistyksen virallista tietoa.

### **7.1.2 Jäsentiedottamisen tulevaisuuden suunnitelmat**

Yhdistyksen keskustelupalsta on ja tulee säilymään yhdistyksen pääasiallisena tiedotuskanavana, mikä on todettavissa keskustelupalstalla julkaistuista hallituksen kokousten päätöksistä. Muun muotoisista jäsentiedotteista ei ole tehty ratkaisuja, vaikka jonkin verran jäsenistö onkin tuonut keskusteluissa tarpeita esille. Myös jäsenmaksua on kritisoitu, koska konkreettiset edut rivijäsenelle joka ei aktiivisesti osallistu tapaaviin ja muihin yhdistyksen vastaaviin tapahtumiin ovat hyvin vähäiset. Yhdistys tarvitsisi erikseen nimetyn vastaavan tiedottajan, jolla olisi kokonaisvastuu sekä velvollisuus kehittää jäsentiedottamista. Järjestettyjen jäsentapahtumien määrä on myös laskenut viimeisten vuosien aikana.

Mahdollisuudet Internetissä olisivat kuitenkin monimuotoiset, eikä tiedottamisen parantaminen välttämättä vaatisi paperijulkaisuun paluuta. Nykyinen keskustelupalsta mahdollistaisi muistutusten ja tiedotteiden lähettämisen rekisteröityneille sähköpostilla. Tämän avulla voitaisiin saada jäsenet hakeutumaan aktiivisemmin keskustelupalstalle.

## **7.2 Toteutuneet jatkokehitysmahdollisuudet**

Keskustelupalstaa parannettiin ja linkitettiin ristiin paperisen jäsenjulkaisun ilmestyessä. Julkaisussa olleista korjausoppaista mm. laadittiin videomateriaalia, jotka tuotiin keskustelupalstalle jäsenille rajatulle alueelle. Ohjeiden ja opastusvideoiden laatiminen on ollut kokonaan jäsenistön vastuulla ja sen aktiivisuudesta riippuvaista, mutta tästä huolimatta niitä on tasaisin väliajoin laadittu ja tuotu keskustelupalstalle myös jäsenjulkaisun elinkaaren päätyttyä.

Sähköiset versiot jäsenjulkaisusta ovat jääneet verkkoon luettaviksi, vaikka jatkoa julkaisulle ei olekaan tullut. PDF-muotoiset jäsenjulkaisut ovat näytöltä luettavina versioina arkistoituina keskustelupalstan vain jäsenille sallitulla alueella. Jäsenjulkaisua olisi voinut jatkokehittää kokonaan verkossa luettavaksi ja ilmestyväksi jäsenleheksi. Elinkaaren päätyminen ei kuitenkaan ollut kustannuskysymys, johon puhtaasti verkkojulkaisulla olisi saatu säästöjä, vaan tekijä ja resurssikysymys.

Yhteistyötä maahantuojan I.M. Nordic / Suomi AB:n ja Subaru Club Finlandin välille ei syntynyt jäsenjulkaisun yhdistämiseksi maahantuojan omaan lehteen. Maahantuojan oma lehti Subaru Magazine ilmestyy itsenäisesti kaksi kertaa vuodessa.

## **8 TUTKIMUSTULOKSET JA JOHTOPÄÄTÖKSET**

Tässä työssä on esitelty jäsenjulkaisun suunnittelu vaiheittain ja toteutus painettavaksi jäsenjulkaisuksi. Lisäksi on kuvattu julkaisun elinkaari sekä se, miten jatkokehitysmahdollisuudet ovat toteutuneet. Työssä on lisäksi pohdittu, kuinka jäsenjulkaisua voidaan laajentaa materiaalilla verkossa. Kyseinen jäsenjulkaisu toteutettiin ensisijaisesti painotuotteena ja sähköiset jatkokehitysmahdollisuudet jätettiin avoimeksi tulevaisuutta ajatellen. Subaru Club Finland ry:lle siirrettiin jäsenjulkaisun tuottaminen kokonaisuudessaan toisen julkaisuvuoden kuluttua ja vastuu julkaisun tulevaisuudesta jäi yhdistykselle.

Työ kuvaa painetun julkaisun toteutuksen työvaiheet suunnittelutyöstä valmiiksi julkaisuksi. Sähköisen julkaisun toteutusvaihtoehtoja esiteltiin herättämään ideoita perinteisen julkaisun kehittämiseksi. Sähköisen julkaisun vaihtoehtoja on enemmän kuin tässä työssä on käsitelty, mutta tarkoituksena oli herättää lukijan mielenkiinto sähköisiä julkaisuvaihtoehtoja kohtaan. Koska työ kuvaa julkaisua joka ilmestyi vuosina 2005–2007, on tämän jälkeen tapahtunut myös paljon kehitystä sähköisen viestinnän ja verkkojulkaisun saralla. Työssä on kuitenkin peilattu julkaisun ilmestymisajanjaksoon sekä siihen, miten loogisesti jatkokehitys eteni painetun julkaisun elinkaaren päätyttyä.

## 8.1 Jäsenistön tiedottaminen

Jäsenjulkaisun myötä Subaru Club Finland ry:n tiedottaminen jäsenistölle parani. Yhdistyksen tiedotteet painetussa postitettavassa julkaisussa tavoittivat myös ne jäsenet, jotka eivät aktiivisesti käyttäneet yhdistyksen www-sivuja. Tietoisuus tapahtumista ja jäseneduista kasvoi jäsenistön keskuudessa, kuten oli todettavissa jäsenkyselyn tulosten perusteella. Julkaisun tavoite oli myös painetun jäsenjulkaisun avulla aktivoida jäsenistöä tulemaan aktiivisemmin yhdistyksen Internet-sivuille, laajentamalla painetun julkaisun aihepiirejä Internetissä sijaitsevalla materiaalilla. Varsinaista aktiivista kävijämäärän seurantaa ei kuitenkaan toteutettu yhdistyksen www-sivuilla, joten on vaikea todistaa lisääntykö aktiivisuus jäsenistön keskuudessa.

Painetun jäsenjulkaisun etu tiedotuskanavana on, että tieto tuodaan säännöllisin väliajoin jäsenen ulottuville, sen sijaan että jäsenten on itse etsittävä tietoa oikeaan ajankohtaan. Jäsenjulkaisun avulla voidaan paremmin varmistaa tiedon perille kulku ja jäsenistön tavoitettavuus. Painettu julkaisu ei sovellu nopeasti muuttuvan tiedon jakamiseen, johon puolestaan sähköiset tiedotuskanavat soveltuvat paremmin. Tiedon vanhentuessa nopeasti on sähköisissä kanavissa helpompi päivittää tieto ajankohdattaiseksi.

Kääntöpuolena kuitenkin sähköisessä tiedottamisessa ei voida vastaavalla tavalla varmistaa jäsenistön tavoitettavuutta ja tiedon perille kulkua. Parhaiten painettua julkaisua voidaan tällaisessa tilanteessa hyödyntää niin, että alustava tieto löytyy painetusta mediasta. Painetussa materiaalissa puolestaan kannustetaan jäsenistöä tarkistamaan mahdollisesti muuttuvat tiedot sähköisestä mediasta, kuten yhdistyksen www-sivuilta tai keskustelupalstalta. Kehittämällä painetusta julkaisusta toimivampaa verkkojulkaisua, olisi siihen voinut liittää erinäisiä tiedotusmenetelmiä joilla jäsenistö saisi esimerkiksi sähköpostitse muistutuksia kun uutta tietoa on lisätty yhdistyksen Internet-sivuille.

## 8.2 Jäsenjulkaisun tarpeellisuus

Jäsenkyselyn tulokset osoittivat, että jäsenistö otti jäsenjulkaisun vastaan positiivisesti. Jäsenistöä osallistettiin lehden suunnitteluvaiheessa ja lopputulos vastasikin hyvin pitkälle jäsenistön odotuksia. Julkaisulle saatiin kehitysideoita jäsenkyselyn avulla, jotka otettiin yhdistyksessä vastaan ja huomioitaviksi jatkokehityksessä. Toteutettu jäsenjulkaisu vastasi näin ollen hyvin sille asetettuja odotuksia.

Jäsenistöltä tuli myös tiedusteluja yhdistykselle jäsenjulkaisun mahdollisesta jatkosta. Jonkin verran kiinnostusta esiintyi myös julkaisun jatkamiseksi, mutta varsinaista vastuuhenkilöä ei julkaisulle kuitenkaan löytynyt. Yhdistys ei kuitenkaan kokenut jäsenjulkaisun olleen toiminnan kannalta niin tarpeellinen, että olisi aktiivisemmin pyrkinyt jäsenjulkaisun jatkamiseen. Yhdistystoiminnan perustuessa vapaaehtoisuuteen, näin valitettavan helposti tapahtuu.

## 8.3 Sähköisen julkaisun mahdollisuudet

Perinteisestä julkaisusta voidaan vaivattomasti tuottaa verkkolevitykseen soveltuva versio. Subaru Club Finland ry:n tapauksessa sähköinen versio jäsenjulkaisu Vastaiskusta koettiin hyväksi tavaksi arkistoida aiemmin ilmestyneet lehdet. Näin julkaisuun tuotettu materiaali säilyy luettavaksi myös tuleville jäsenille.

Sähköistä julkaisua ei kuitenkaan nostettu varsinaiseksi vaihtoehdoksi painetulle julkaisulle. Mikäli julkaisulle olisi löytynyt jatkaja, olisi se jatkanut ilmestymistään perinteisenä painettuna julkaisuna. Painetun julkaisun ja sähköisen julkaisun jatkokehitysmahdollisuuksia ei kovin laajalti lähdetty toteuttamaan, vaikkakin juuri sähköinen julkaisu olisi tuonut julkaisun tekemistä lähemmäksi jäsenistölle. Varsinaista jatkokehitystä ei tapahtunut, sillä julkaisusta luotiin vain PDF-muotoinen arkistoitava sähköinen versio.

Painetun julkaisun ja sen sähköisen version sijaan yhdistys olisi voinut panostaa laajemman verkkojulkaisun luontiin. Verkkojulkaisuun olisi voinut yhdistää jo olemassa

olevia keskustelumahdollisuuksia sekä muun muassa videomateriaalia. Interaktiivisuuden hyödyntäminen olisi vähentänyt valmiin materiaalin tuottamisen tarvetta. Pelkkä verkkajulkaisun tuottaminen olisi myös kustannustehokkaampi vaihtoehto voittoa tavoittelemattomalle yhdistykselle.

Yhdistyksen keskustelupalsta sisältää pääosin valmiiksi monia elementtejä, joista koostamalla saisi yhdistettyä verkkajulkaisun. Koottu ja tiivistetty julkaisumuoto saattaisi laajemmin aktivoida sitä osuutta jäsenistöstä, joka ei aktiivisesti käytä yhdistyksen www-sivuja eikä keskustelupalsta.

## 9 POHDINTA

Työn tutkimustulokset osoittavat, että yhdistystoiminnassa jäsenjulkaisulle löytyy kysyntää jäsenistön keskuudessa. Jäsenlehti otettiin positiivisesti vastaan, siitäkin huolimatta ettei sitä oltu suuremmin osattu kaivata aiemmin. Puhtaasti Internetissä toimineelle yhdistykselle paperinen jäsenjulkaisu toi todellakin tuntuvan jäsenedun jokaisen rivijäsenen ulottuville.

Työn tulokset ovat yleistettävissä useimpiin harrastuspohjaisiin yhdistyksiin, jotka toimivat puhtaasti vapaaehtoisvoimin. Yleisesti yhdistystoiminnassa varsinainen pyörittävä voima koostuu enintään muutamasta kymmenestä aktiivisesta henkilöstä ja muu jäsenistö lähinnä tyytyy useimmin kannattamaan yhdistyksen toimintaperiaatteita maksamalla jäsenmaksuaan. Näille niin sanotuille kannatusjäsenille on suuri lisä mikäli heille voidaan tarjota jonkinlaista konkreettista vastinetta jäsenmaksulle. Yksi hyvä esimerkki tästä ovat jäsenjulkaisut. Jäsenjulkaisu on vaivaton tapa tuoda toimintaa näkyväksi rivijäsenelle sekä myös esim. yhteistyökumppaneille. Lehti, joka postitetaan kotiin saakka, tuo kaiken tiedon jäsenen ulottuville ilman, että sitä tarvitsee erikseen etsiä.

Toteutettu kysely soveltuu tutkimusmenetelmäksi selvittämään jäsenjulkaisun vastaanottoa jäsenistön keskuudessa. Tämän lisäksi aihepiiriä olisi voinut laajentaa käyttämällä myös useampia menetelmiä tutkimuksen tueksi. Työtä olisi voinut tutkia

haastatteleamalla jäsenistöä myös julkaisun elinkaaren päätyttyä. Elinkaaren päättymisen jälkeiset johtopäätökset on laadittu yhdistyksen [www-sivuilla](#) olevan materiaalin pohjalta, sekä tutkimalla onko aiemmin suunniteltuja jatkokehitysmahdollisuuksia lainkaan toteutettu.

Aihepiiriä olisi voinut laajentaa koskemaan myös muita harrastustoimintaan pohjautuvia yhdistyksiä. Monet yhdistykset painivat vastaavien kysymysten parissa ja etenkin Internetin ja sosiaalisen median käytön aina vain lisääntyessä, paperisen julkaisun tuottamista arvioidaan uudelleen. Vertailemalla eri yhdistyksiä ja näiden käytössä olevia erilaisia tiedotuskanavia sekä -menetelmiä, olisi voinut muodostaa yleistettävämmän mallin tiedottamiselle yhdistystoiminnassa.

Työssä ei tarkemmin tarkastella sähköisiä julkaisumenetelmiä varsinaisen verkkojulkaisun luomiseksi. Verkkojulkaisut ovat yleistyneet ja mm. useimmilla ilmestyvillä päivälehdillä on omat verkkojulkaisunsa. Yhdistystoiminnassa verkkojulkaisu toisi kustannustehokkaamman vaihtoehdon paperiselle jäsenjulkaisulle, vähentäen paino- ja postituskustannukset. Erillisten verkkojulkaisujen kehittäminen toimivien Internetissä olevien palveluiden, kuten kotisivujen ja keskustelupalstojen, rinnalle ei ole laajalti yleistynyt yhdistysten keskuudessa. Yleisemmin painetusta julkaisusta luovutaan kokonaan ja siirretään kaikki jäsentiedottaminen nykyisiin Internetissä sijaitseviin palveluihin.

## LÄHTEET

Heinonen, A. 1998. Tyrkytystä ja räätälöintiä - Verkkojulkaisujen sisältöpiirteiden tarkastelua journalismin kannalta. Viitattu 23.2.2011.

<http://www.uta.fi/jourttutkimus/toimtyo/sisalto.htm>

Inkinen, M. 2002. Taulukko: Paperi ja digitaalisen julkaisun vertailu. Viitattu 23.2.2011. <http://www.valt.helsinki.fi/staff/mainkine/papdigi.htm>

Ikävalko, E. 1995. Painotuotteen tekijän käsikirja. Helsinki: Tietopaketti (Tampere: Tammer-Paino).

Karvonen, E., Kivimäki S. 2004. Viestintätieteellinen tutkimus. Viitattu 8.9.2011. <http://viesverk.uta.fi/viesttiet/kaytannot/valinnat/maara.html>

Kettunen, J. 2007. Subaru Club Finland. Viitattu 30.10.2011. <https://www.facebook.com/group.php?gid=6074298421>.

Keränen, V., Lamberg, N. & Penttinen, J. 2003. Julkaisu & kuvankäsittely. 2. laitos. Jyväskylä: Docendo Finland.

Keränen, V., Lamberg, N. & Penttinen, J. 2005. Digitaalinen media. 1. painos. Jyväskylä: Docendo Finland.

Keränen, V., Lamberg, N. & Penttinen, J. 2006. Web-julkaiseminen & multimedia. 1. Painos. Jyväskylä: Docendo Finland.

Pesonen, S. & Tarvainen J. 2003. Julkaisun tekeminen. Jyväskylä: Docendo Finland.

Pingdom. 2010. Web designers, keep those page sizes down. It's for your own good. Viitattu 30.10.2011.

<http://royal.pingdom.com/2010/10/27/web-designers-keep-that-page-size-down/>

Pursiainen, H. 2010. Bittejä paperilla - Tietoyhteiskunnan lehtijakelu. Liikenne- ja viestintäministeriö. Viitattu 22.8.2011.

[http://www.lvm.fi/c/document\\_library/get\\_file?folderId=964900&name=DLFE-10757.pdf&title=Julkaisu%2014-2010](http://www.lvm.fi/c/document_library/get_file?folderId=964900&name=DLFE-10757.pdf&title=Julkaisu%2014-2010)

Subaru Club Finland ry. 2002. Viitattu 30.10.2011.

<http://www.subaruclubfinland.net/>

Toikkanen, R. 2003. Tyylikäs julkaisu – Painotyön ja verkkosivujen suunnittelu ja toteutus. Helsinki: Edita Prima.



## LIITTEET

## Liite 1. Jäsenkysely

## JÄSENKYSELY

Tämä jäsenkysely koskee juuri kädessäsi olevaa uutta Subaru Club Finland ry:n jäsenlehti Vastaiskua. Kyselyn vastaukset tulkitaan opinnäytetyön tueksi, joka käsittelee jäsenlehden luontiprosessia. Tulosten avulla pystytään myös jatkokehittämään Vastaisku -lehteä vastaamaan jäsenistön odotuksia, joten vastaaksesi on tärkeä!

Voit vastata kyselyyn joko irrottamalla ja postittamalla tämän lehden välissä olevan kyselyn – tai vastaamalla siihen internetissä osoitteessa: <http://www.kanetti.fi/~jemma/SCF/>

**Kaikkien kyselyyn vastanneiden kesken arvotaan Subaru –aiheinen tuotepalkinto!  
Palautathan jäsenkyselysi viimeistään 1.8.2005! Kiitos.**

Sukupuoli:            mies            nainen

Ikäryhmä:	alle 20 vuotta	20-29 vuotta	30-39 vuotta
	40-49 vuotta	50-59 vuotta	yli 60 vuotta

Jäseneksi liittymisvuosi: \_\_\_\_\_

1. Oletko tutustunut Subaru Club Finland ry:n internet-sivuihin ja keskustelufoorumiin?

en ole	olen, mutta en käytä aktiivisesti	käytän aktiivisesti
--------	-----------------------------------	---------------------

2. Aiotko tästä eteenpäin käyttää yhdistyksen internetipalveluita aktiivisemmin kuin aikaisemmin?

kyllä	ei
-------	----

3. Oletko aikaisemmin kaivannut yhdistykseltä vastaavanlaista jäsenjulkaisua, kuin uunituore Vastaisu?

kyllä	ei
-------	----

4. Saitko jäsenlehden myötä uutta tietoa / lisätietoa yhdistyksestä ja sen toiminnasta?

kyllä	ei
-------	----

5. Koetko jäsenjulkaisun ilmestymisen hyvänä lisänä yhdistyksen jäsenetuihin?

kyllä	ei
-------	----

6. Oletko aikaisemmin ollut tietoinen jäseneduistasi, kuten alennuksia myöntävistä yhteistyökumppaneista?

kyllä	ei
-------	----

7. Aiotko jatkossa hyödyntää yhteistyökumppanien myöntämiä jäsenetuja useammin kuin aikaisemmin?

kyllä	ei
-------	----

8. Vastaako jäsenjulkaisun ulkoasu odotuksiasi?

kyllä                      ei

9. Oletko tyytyväinen jäsenjulkaisun aiheisiin ja sisältöön?

kyllä                      ei

10. Mistä aiheista haluaisit lukea lisää jatkossa?

tulevista jäsentapahtumista  
kertomuksia menneistä jäsentapahtumista  
yhteistyöyritysten esittelyitä  
huolto- ja korjausohjeita  
henkilökohtaisia Subaru –aiheisia kokemuksia (esim. Minun Subaruni –sarja)  
koe-ajaja  
mallikohtaisia esittelyjä  
autovertailuja, Subaru vs. muu merkki  
tekniisiä artikkeleita (esim. kuinka neliveto toimii)  
muuta, mitä?

---



---

11. Mitkä seuraavista adjektiiveista vastaavat parhaiten mielestäsi Vastaisku –lehteä, sekä ulkoasultaan että sisällöltään?

nuorekas	hyödyllinen
urheilullinen	viihdyttävä
moderni	liian tekninen
perinteinen	liian pinnallinen
helppolukuinen	harrastepainotteinen
kiinnostava	kaikille suunnattu

12. Millaisia kehitysehdotuksia sinulla olisi antaa julkaisun kehittämiseksi?

---



---



---



---